

MODARTE.PL

WYDANIE NR 1 ZIMA 2025

MOD

arte

MARTA BANASZAK

*malarka, rzeźbiarka,
doktor sztuki*



**DOSKONAŁOŚĆ
W NIEDOSKONAŁOŚCI**



ZŁOTA BIŻUTERIA Z CZARNYMI BRYLANTAMI I TOPAZAMI | ZAWIESZKA, KOLCZYKI, PIERŚCIONEK, wzór 229.111



APART.*pl*



ZŁOTY NASZYJNIK, wzór AP542-7300



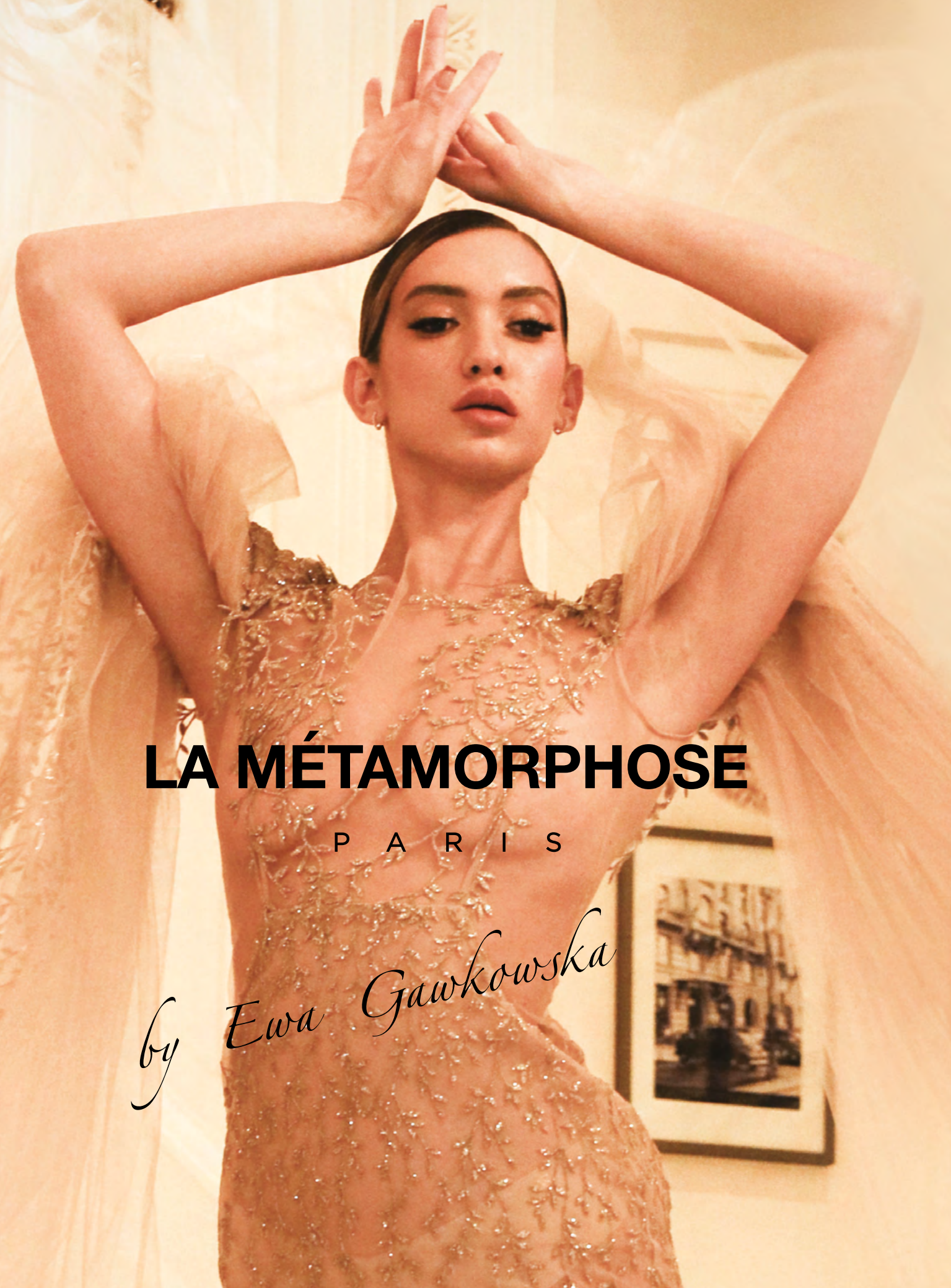
APART.*pl*

AY
Angela Joseph





ANGELIKAJOZEFczyk.COM
Ubrania tworzące szczególne historie Kobiet.

A woman with dark hair pulled back, wearing a gold beaded dress, stands with her arms raised. She is positioned in front of a light-colored, draped fabric. To her right, a framed black and white photograph of a street scene is visible on the wall.

LA MÉTAMORPHOSE

P A R I S

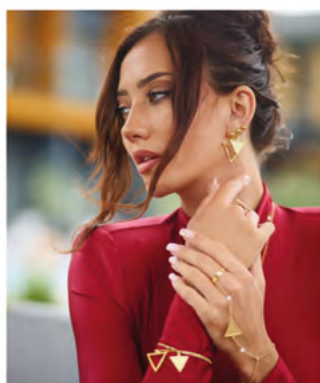
by Ewa Gawkowska

*Wszystko zaczyna się
od wizji i pasji projektanta*

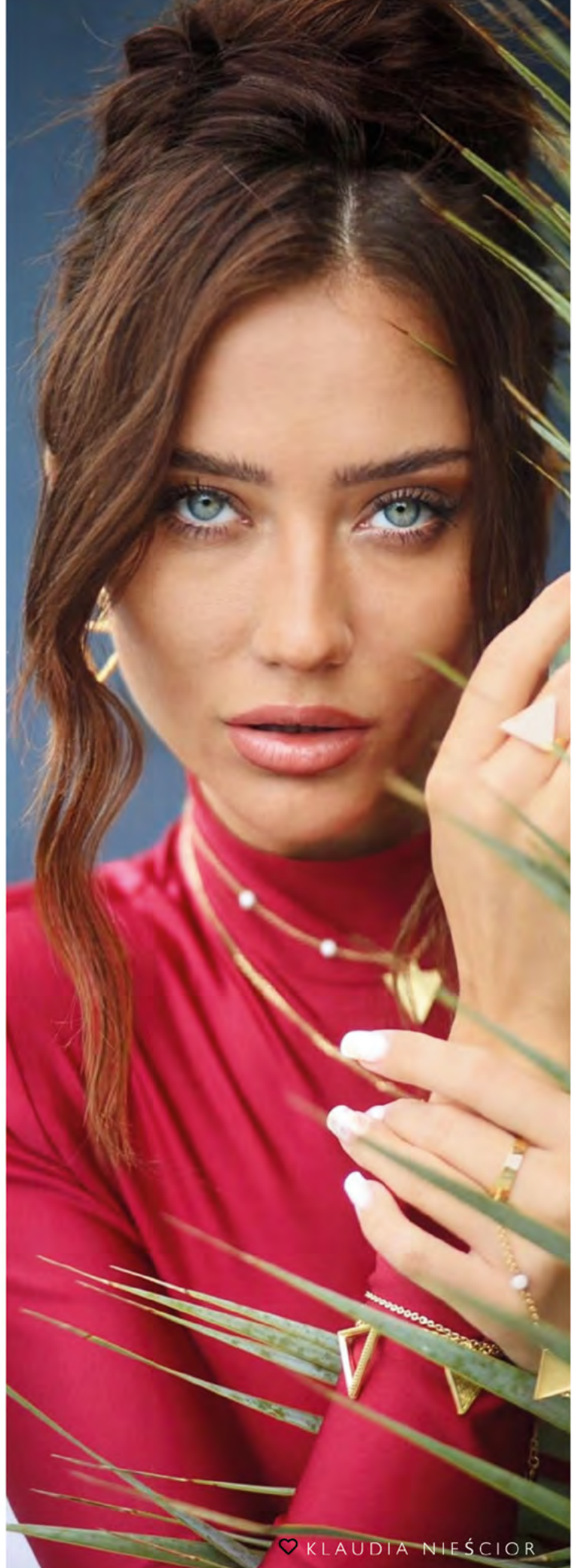
**Butik
8 Rue de Marignan,
Paris**

**Pracownia
Konik Stary 11a
05-074 Halinów**

COLIBRA.EU



POLSKI
PRODUCENT
BIŻUTERII



♥ KLAUDIA NIEŚCIOR



W Polsce od 1978 roku

Colibra to polska marka z prawie 50-letnią tradycją. Powstała w 1978 roku i od początku działa w jednym miejscu – w Pruszkowie pod Warszawą. To tam powstaje cała biżuteria: projektowana, formowana i wykańczana ręcznie przez doświadczonych rzemieślników. Produkcja odbywa się w Polsce od pierwszego do ostatniego etapu i właśnie to nadaje marce jej charakter.

Własny styl i świadomy design

Biżuteria Colibry łączy klasykę z nowoczesnymi trendami, ale zawsze zachowuje swój rozpoznawalny styl. Inspiracje czerpane są zarówno ze sztuki, jak i aktualnych kierunków w modzie. Nad projektami pracuje zespół, który tworzy szerokie kolekcje w wielu odsłonach, dzięki czemu marka ma spójny, charakterystyczny język wizualny.

Materiały, które robią różnicę

Colibra wykorzystuje antyalergiczne stopy jubilerskie wolne od niklu, ołowiu i kadmu. Każdy model pokrywany jest warstwą 24-karatowego złota, srebra lub rutenu. W biżuterii pojawiają się oryginalne kryształy Preciosa i Primero, a specjalne powłoki chronią powierzchnię przed ścieraniem. Dzięki temu biżuteria jest trwała i zachowuje swój wygląd przez wiele lat.

Polska marka z historią

Mimo obecności na zagranicznych rynkach, Colibra pozostaje firmą mocno zakorzenioną w Polsce. To marka rodzinna, oparta na lokalnym rzemiośle i wieloletnim doświadczeniu. Biżuteria powstaje na miejscu – w polskiej manufakturze – i trafia do osób, które poza designem cenią jakość i autentyczność.





GALA

COLLEZIONE



fotografia @mufka_fotografia
stylizacja @jola.skora @ach.och

Na dobry początek



ZDJĘCIE: WERONIKA GWARDYS

Martyna Maliszewska-Mańk
Katarzyna Krauss

Redaktorki naczelne Mod'arte

Gdy patrzymy na polską modę i sztukę drugiej połowy XX wieku, widzimy coś więcej niż tylko twórczość w cieniu historii. Widzimy opowieść o ambicji, o przekraczaniu ograniczeń – tych politycznych, ekonomicznych, technologicznych. O nowoczesności, która rodziła się nie w laboratoriach trendów, lecz w pracowniach Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, na zapleczach pracowni krawieckich, w prywatnych szkicownikach projektantów, którzy marzyli o Paryżu, tworząc Warszawę.

Pierwszy numer „Mod'arte” – nowego na rynku magazynu o modzie i sztuce – poświęcamy właśnie tej epoce: od lat 50. do końca PRL-u. To nie tylko hołd dla projektantek i artystów tamtego czasu, ale też próba spojrzenia na ich dorobek z dzisiejszej perspektywy. Co możemy dziś zaczerpnąć z ich estetyki, odwagi i sposobu myślenia?

Moda nie istniała w próżni – współtworzyła wizualną kulturę tamtych lat razem z grafiką, fotografią, plakatem, malarstwem i rzeźbą. Dlatego przyglądamy się całemu pejzażowi twórczemu tamtego czasu: od Mody Polskiej, przez plakaty Lenicy, aż po modelki, które z polskich wybiegów ruszały w świat, a dziś wracają jako ikony silver generation.

„Mod'arte” to nie magazyn o przeszłości. To podróż do źródeł nowoczesności, która – mimo przeciwności – zdołała się narodzić. ~

LOYD

The Magic Experience

HERBATA Z NUTĄ MAGII



W numerze



ZDJĘCIE: DAWID GRZELAK

18 Moda to jest biznes – wywiad z KATARZYNĄ BUTOWTT

Ikony i osobowości

- 24** Doskonałość w niedoskonałości – MARTA BANASZAK
- 30** Wpływy kulturowe na modę PRL-u
- 34** Ekranowe ikony stylu czasów PRL
- 38** Panie od mody. BARBARA HOFF, GRAŻYNA HASE
- 42** JADWIGA GRABOWSKA – pierwsza dama polskiej mody
- 45** JERZY ANTKOWIAK: sztuka życia – sztuka kreacji
- 48** Rzeźbiarz sylwetek: futurystyczny świat MALESY
- 52** Z pracowni w Warszawie na Pola Elizejskie.
Saga współczesnego couture – polska marka La Métamorphose

Design

- 54** Dziedzictwo „WIELKIEJ CZWÓRKI” –
ponadczasowe piękno w ceramicznych miniaturach
- 58** Spółdzielnia ORNO. Wartości ważniejsze od srebra
- 62** Haute couture na ludowo

Fotografia

- 66** Moda W RUCHU. Od studia do miejskiego pejzażu

Rzeźba

- 70** BARBARA MUNZER. Tkając z metalu złote sny

Grafika

- 76** POLSKA SZKOŁA PLAKATU – moda, która trwa

Malarstwo

- 80** Kobiety Sztuka Pasja – galeria ARTAROUND
- 84** Gdzie jest lepiej?
„Postaci” WOJCIECHA FANGORA

Jej styl

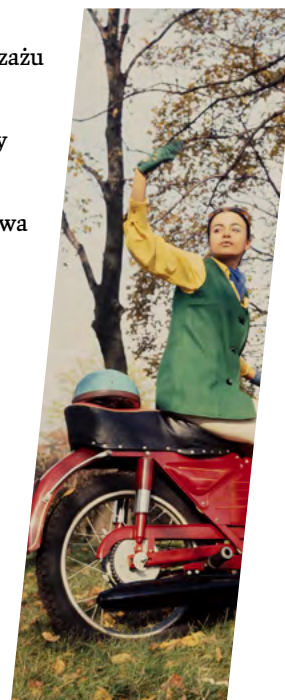
- 88** Jak lekarka łączy modę z medycyną –
ŻANNA PASTUSZAK-STĘPIEŃ

Art & Style

- 90** Modne pasje, nowe fascynacje,
sezonowe inspiracje, najnowsze kolekcje

Kalendarium

- 96** WYSTAWY warte zobaczenia



ZDJĘCIE: © CHRISTOPHER GRABOWSKI / FUNDACJA ARCHEOLOGIA FOTOGRAFII

LOREVE



NASZE TOREBKI POWSTAJĄ Z MYŚLĄ O KOBIECACH, KTÓRE CENIĄ JAKOŚĆ, PIĘKNO I ŚWIADOME WYBORY.
KAŻDY MODEL LOREVE TO POŁĄCZENIE PRECYZYJNEGO RZEMIOSŁA, SZLACHETNYCH MATERIAŁÓW
ORAZ PONADCZASOWEGO STYLU, KTÓRY NIE PODDAJE SIĘ SEZONOWYM TRENDOM.

TOREBKA LOREVE TO NIE TYLKO DODATEK, TO CODZIENNY TOWARZYSZ, KTÓRY PODKREŚLA TWÓJ CHARAKTER,
STYL I PEWNOŚĆ SIEBIE. WYBIERZ MODEL, KTÓRY BĘDZIE OPOWIADAŁ TWOJĄ HISTORIĘ PRZESZŁOŚCI.

ZNAJDŹ NAS: WWW.LOREVE.EU @LOREVE.EU



*Starsze kobiety też chcą dobrze wyglądać,
wreszcie je na to stać i nie identyfikują się
z modelkami w wieku swoich córek*

Moda to je

BIZNES!

Dla takich właśnie klientek jesteście my, czyli siwiejące modelki

st

Rozmawia SYLWIA BOROWSKA



– Modelką jesteś już od pół wieku....

O rany, jak to brzmi... Może lepiej powiedzieć: od pięciu dekad?

– Czyli od pięciu dekad śledzisz, co jest modne. Która dekada jest twoją ulubioną?

Lata 60. Bo były zadziorne, przełamywały stare schematy. Wtedy pojawiła się krótka fryzurka Twiggy, minispódniczka i graficzne połączenia w stylu pop-art. Ale w latach 60. to byłem jeszcze dzieckiem, a nie modelką.

– Przecież debiutowałaś w sklepie „Jelonek” w wieku 7 lat.

Chodziłam z tornistrem po sklepie i stałam na wystawie jak żywy manekin. Wtedy chodziłam już na balet, więc ktoś zauważył, że dobrze się poruszam, i zaprosił mnie na kolejny pokaz na targach szkolnych. Tam podpatrywałam dorosłe modelki i je małpowałam. Na mój widok można było pękać ze śmiechu.

– Czy wtedy pomyślałaś, a może warto iść w tym kierunku?

No, coś Ty! Dla mnie wtedy ważniejsze było podwórko i trzepak. Mimo że tańczyłam w balecie, to byłam buntowniczką, która nie chciała nakładać siateczki na koczek. Od małego wołałam iść pod prąd. Raz przyszedłam do szkoły z zielonymi paznokciami, a nauczycielka skwitowała: „Wiersza przepisać nie zdążyłaś, ale paznokcie na zielono pomalować – już tak?”. Miałam 15 lat, gdy na ulicy zauważył mnie fotograf Tomek Sikora, który robił

sesje dla magazynów „Perspektywy” i „Przekrój”. Potem od razu pojawiły się inne propozycje. Na początku rodzicom o tym nie mówiłam.

– Bo nie było się czym chwalić? Jak się zmieniło przez tych pięć dekad podejście do zawodu modelki?

Na początku trochę się tego wstydziłam. Bo jeśli o aktorkach mówiono kiedyś cyrkóweczki i kobiety do towarzystwa, to w czym modelki miałyby być lepsze? Byłam pierwszą w Polsce modelką na targach samochodowych japońskiej firmy. Stałam przy samochodach, gdy jeden mężczyzna podszedł, strojąc sobie głupie żarty: „Ty, lala, pokaż, co tam masz pod maską?”. Już ja mu pokazałam, czyli zrobiłam wykład na temat silnika, bo wcześniej wykułam wszystko na pamięć. Zdarzyło mi się usłyszeć na pokazie: „Dawaj, rozbieraj się!”. Dopiero w latach 90. supermodelki zaczęły się cieszyć większymi względami i uznaniem.

– Wróćmy do lat 70. Z którym z polskich projektantów pracowałaś?

Moje początki są związane z Grażyną Hase, która projektowała dla firm odzieżowych – Cory czy Spółdzielni „Moda i styl”. W swoich nowoczesnych projektach nawiązywała do polskiego folkloru – były cytaty z pasiaka łowickiego czy wzorów z góralskich chust. Często występowałam w tych ubraniach na Cepeliadach, czego nie lubiłam, bo materiały były ciężkie, grube, gryzące. W przerwach między pokazami moczyłam z innymi modelkami nogi w fontannie pod Pałacem Kultury, aby się schłodzić. Trudno mi było sobie wyobrazić, że kobieta może w tym chodzić na co dzień.

– Potem nastąpiła kolejna dekada. W latach 80. pracowałaś dla Barbary Hoff.

W tamtym czasie był mi najbliższa, bo w latach 80. zapanował styl nawiązujący do serialu „Dynastia”, wszystkiego dużo i na błysk. Za to Barbara Hoff szyła ubrania dla młodych ludzi i do noszenia na co dzień. Bawełniane T-shirty, marynarki, szerokie paski z gumy, rozkloszowane spódnice. Pierwsza w Polsce sprzedawała bluzy z napisem swojej marki, bluzy z kapturami i pikowaną kufajkę, a białe tenisówki przerabiała na czarne baletki.

Jeśli o aktorkach mówiono cyrkóweczki i kobiety do towarzystwa, to w czym modelki miały być lepsze?



Projektanci Mody Polskiej jeździli do Paryża po materiały, dodatki, a nawet buty, co mnie szokowało

– Jej Hoffland w Domach Towarowych Centrum był w latach 80. synonimem „modnej masówki”, ale kupienie tam czegokolwiek graniczyło z cudem!

Po ubraniu trzeba było stać w kolejce nawet kilka godzin. Ludzie myśleli, że modelki chodzą w ubraniach z pokazów. Otóż nie, za to w Hofflandzie mogłyśmy kupować bez kolejki. Do dzisiaj mam w szafie sukienkę w żyrafy projektu Hoff. Na jeden z jej pokazów przyleciała z Paryża Ela Grabacz-Skupińska, która uczyła nas, jak chodzić po wybiegu, jak długie kroki robić i jak ustawiać biodra. Po tym pokazie przyszedł za kuliszy Jerzy Antkowiak z Mody Polskiej i zapytał mnie, czy nie chcę dla niego pracować.

– W tamtych czasach to było wspaniałe się chyba na najwyższy szczyt. Absolutnie tak, ogromne wyróżnienie. Pokazy Mody Polskiej były dostępne tylko dla wybrańców. Ubrania projektowali: Krysia Dziakowa, Magda Ignar, Kalina Parol, a Jerzy Antkowiak to wszystko spinał jako dyrektor kreatywny. Ich ubrania szyte były z materiałów wysokiej jakości, buty wykonane z miękkiej skóry, a rękawiczki skórzane tak delikatne w dotyku, jak jedwab. Projektanci Mody Polskiej jeździli do Paryża po materiały, dodatki, a nawet buty, co mnie szokowało na początku. Wcześniej na pokazy musiałam zabierać własne buty i rajstopy.

– A co z tych pokazów Mody Polskiej trafiało do sklepów?

Niewiele, jakieś odrzuty. Większość ubrań kupował głównie ówczesny establishment, a dokładnie żony dygnitarzy. Moda Polska organizowała dla nich specjalne pokazy, w trakcie których doradzano tym paniom, jak powinny się elegancko ubierać – jak łączyć materiały, jakie dodatki dobrać: biżuterię, apaszkę, torebkę, buty. Modelki prezentowały to na sobie.



- Co się z tymi projektami stało, gdy w 1998 roku upadła Moda Polska?

Na szczęście Jerzy Antkowiak zostawił dużo „smaczków” z pokazów, a resztę odkupił od syndyka masy upadłościowej. Trzymał te ubrania przez lata w swojej piwnicy. Na jego hucznych osiemdziesiątych urodzinach odkrył te ubrania projektant Tomek Ossoliński i zorganizował w 2019 roku wystawę w Centralnym Muzeum Włókiennictwa w Łodzi. Cieszyła się ogromnym powodzeniem, bo Moda Polska odżyła po latach.

- Ty w podobnym czasie odżyłaś jako modelka, bo wróciłaś do zawodu. Skąd wziął się boom na starsze modelki?

Wszystkim się wydaje, że farmacja czy zbrojeniówka to biznes. Ale moda to dopiero jest biznes! Kto ma pieniądze? W większości dojrzałe ludzie. Starsze kobiety też chcą dobrze wyglądać, wreszcie je na to stać i nie identyfikują się z modelkami w wieku swoich córek. Dla takich właśnie klientek jesteśmy my, czyli siwiejące modelki.



W latach 80. zapanował styl nawiązujący do serialu „Dynastia”, wszystkiego dużo i na błysk

Zaraz skończę 70 lat, kiedy nie ma już moich rodziców, mogę opowiedzieć, jak brak akceptacji może nas niszczyć

- Ładnie ci wsrebrnym kolorze. Amoże chodzi też o prawdę? Bo jeśli się starzeć, to zgodnością.

No może... Ostatnio popularne są takie hasła: „Wiek to tylko liczba” albo „Kocham każdą swoją zmarszczkę”. Nie wiem, czy tak bardzo kocham swoje zmarszczki, ale na razie je akceptuję. Dbam o skórę, nie objadam się i dużo chodzę. Zamiast medycyny estetycznej odmładza mnie „wampirzenie”, czyli czerpanie energii z młodych ludzi.

- Teraz już rozumiem, dlaczego autor twojej biografii jest młodszy od Ciebie o trzy dekady.

Nie wiem, czy nazwałabym to biografią. Jest to książka z misją. Pomysł na jej napisanie wypłynął przy okazji wywiadów, których udzielałam kiedyś na temat dzieciństwa. Nie było ono różowe, bo w naszym domu była przemoc i alkohol. Moja siostra zapłaściła za to większą cenę, bo zapłała się na śmierć. Ja przetrwałam. Za chwilę skończę 70 lat i kiedy nie ma już moich rodziców, zebrałam się na odwagę, aby opowiedzieć o tym, jak brak szacunku i akceptacji może niszczyć dziecko. Podobnie dzieje się w świecie mody. Idziesz na casting i słyszysz, że jesteś za wysoka albo za niska, za chuda albo za gruba. W modelingu cały czas poddawany jesteś ocenie, chwilami okrutnej. Kto to wytrzyma na dłuższą metę? ~



Tworzenie wielkoformatowych kompozycji malarskich przedstawiających architekturę traktuję jak pisanie mandali

Doskonałość w nie- doskonałości

W dziele zapisany jest los artysty,
jego wzloty i upadki. Zwątpienie,
a następnie przebłysk natchnienia...

Autorka **MARTA BANASZAK**,
malarka, rzeźbiarka, doktor sztuki



Rzeźby marmurowe z serii „Ablaq”. Patrząc z góry na tę kompozycję, widzimy tylko pasy. Patrząc z boku, dostrzegamy wyłącznie bryły

W

Wytwór sztucznej inteligencji to doskonały składak, sprawna kompilacja, a sama sztuczność jest jego immanentną cechą. Nie ma głębi przeżycia, nie ma potknięć ani charyzmy. Obraz wygenerowany przez AI jest jak mecz piłkarski zagrany przez roboty. Tym czymś nieokreślonym, co porusza naszą duszę, może być właśnie niedoskonałość, ograniczenia i człowieczeństwo. Nie czuję zagrożenia dla mojej twórczości, robię konsekwentnie swoje i po swojemu, czerpiąc maksymalną przyjemność z procesu, a następnie z kontaktu z odbiorcą.

Moją twórczość opieram na relacji między sztuką, nauką i duchowością. Tworzę malarstwo olejne, rzeźbę w kamieniu i grafikę warsztatową w technice linorytu. Moje prace mają źródło w matematycznych obliczeniach sztuki islamu. Przedstawiają bryły, światło, przestrzeń. Staram się odpowiedzieć na pytanie, czy powielony motyw, symetria, brak figuracji, czyli bezpośredniego nawiązania do ciała człowieka, może być przeżyciem duchowym i wehikułem emocji.





Rzeźba „Platonic Solid” to wielościan foremny, bryła, która zajmowała wyobraźnię Leonarda da Vinci, ojca rachunkowości Lucę Paciolego, astronoma Jana Keplera



Obraz „Opera” stworzyłam na zamówienie Teatru Wielkiego – Opery Narodowej z okazji 60. rocznicy jego odbudowy i 200-lecia istnienia

Obraz Opera, który zaprezentowany jest na okładce MOD'ARTE, stworzyłam na zamówienie Teatru Wielkiego – Opery Narodowej z okazji 60. rocznicy jego odbudowy. Przedstawiłam widownię Sali Moniuszki: pustą, widzianą w mocnej perspektywie, w nietypowym widoku z drugiego balkonu, taką, jaką widz przejęty zbliżającym się przedstawieniem rzadko kiedy dostrzega. Rytm aksamiitnych bordowych foteli, połyskujące poręcze, klawisze gładkich schodów są pięknem matematycznym, powielonym. Tym obrazem rozpoczęłam cykl o architekturze Warszawy. Obraz olejny w formacie 130 x 260 centymetrów składa się z dwóch podobraz, którymi można obracać, tworząc kolejne odrealnione kompozycje. Pojawia się narracja muzyczna, patriotyczna, czerwień, biel, motyw skrzydeł. Jest to hołd dla architektury Bohdana Pniewskiego i odbudowy gmachu-symbolu.

Tworzenie wielkoformatowych kompozycji malarskich przedstawiających architekturę traktuję jak pisanie mandali. Są to mocne zestawienia kolorystyczne oraz piękno matematyczne uzyskane poprzez lustrzane odbicie i powielenie wzoru. Motywem, do którego często wracam, jest szachownica oraz czarno-białe

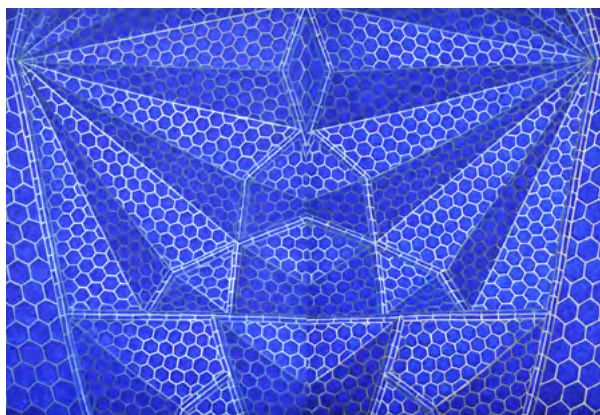


pasy, rodem ze sztuki op-artowskiej, a w rzeczywistości zainspirowane islamską dekoracją architektoniczną zwaną ablaq, doprowadzoną do perfekcji w czasach imperium osmańskiego.

Mariaż sztuki i nauki jest udany, gdy obie strony, jak w dobrym związku, wzajemnie się wspierają i korzystają. Socjologia historii sztuki zajmuje się badaniem relacji między wytworem artystycznym a okolicznościami, w których przyszło artyście tworzyć. Wynalazek fotografii wstrząsnął artystami, ale też ich zainspirował. Odkrycia w dziedzinie optyki, postrzegania barw (m.in. koło chromatyczne Chevreula) dały rozwój impresjonizmowi, pointyлизmowi. Lata 60. XX w., które są motywy przewodnim inauguracyjnego wydania MOD'ARTE, były właśnie takim momentem w czasie, gdy relacja pomiędzy sztukami wizualnymi i techniką przyniosła wspaniały owoc w postaci nowatorskiej sztuki niefiguratywnej, geometrycznej, która z kolei wpłynęła na sposób ubierania się, projektowanie przemysłowe, urządzenie wnętrz. Pojawiły się kontrastowe wzory oraz połączenia kolorystyczne wywołujące iluzję optyczną, czyli motywy zaczerpnięte wprost z malarstwa tamtego okresu.

Jako twórca nieustannie wracam do estetyki i działań plastycznych tamtego okresu. Zarówno Bridget Rowley, czołowa przedstawicielka brytyjskiego op-artu, jak i Victor Vasarely, Węgier tworzący we Francji, swoje psychodeliczne kompozycje wykreślali i malowali ręcznie. Ja sama odczuwam to jako doskonałość w niedoskonałości. Linia, którą maluję ręcznie, wydaje się prosta, a w rzeczywistości drga i pulsuje, kolor się przemienia z każdym nałożeniem farby na pędzel. Nawet przykładając się jak najbardziej, nawet malując detal na wstrzymanym oddechu, nigdy nie jest idealnie równo. Brak perfekcji w wykonaniu powoduje, że instynktownie wyczuwamy coś ludzkiego, kontemplujemy dzieło, zagłębiając się w te małe potknięcia i krzywizny.

Sztuka stworzona ręcznie może również odnaleźć się w przestrzeni publicznej.



Obraz przedstawiający sklepienie w meczecie w Azerbejdżanie. Szkliwione na kolor ultramaryny kafle pierwotnie pokryte były złotym ornamentem

„Księga Spełnionych Marzeń,” na scenie Teatru Wielkiego

W 2013 roku stworzyłam projekt street art dla firmy Fenix, zajmującej się rekonstrukcją zabytkowych kamienic. Grafiki w technice linorytu, odbite na ręcznej prasie w pracowni ASP, zostały nadrukowane na płachtę o powierzchni ponad 1000 mkw. Projekt zatytułowany „Wielkie Lizanie” przez ponad rok okrywał kamienicę przy ul. Okrzei w Warszawie w czasie jej remontu.

Pracuję w technikach klasycznych, analogowych, ponieważ uwielbiam kontakt z materia. Zapach lnianego płótna i desek podobrazia, farb olejnych, odpryski kamienia. Nie zraża mnie omsknienie dłuta i zraniona dłoń. Przypomina to trening uważności, czyli terapię mindfulness. Tu i teraz, pełne skupienie i pełna immersja, czas jest zawieszony.

Właściwość farb olejnych jest taka, że mogę mieszać je praktycznie w nieskończoność, tworząc kolejne odcienie. Z kolei

marmur jako klasyczny materiał rzeźbiarski urzeka mnie wzorem, żytkowania tworzą oniryczne malarskie motywy, a podczas obróbki sam kamień nagrzewa się, nawet pył ma zapach... Każdy blok marmuru jest unikatowy, przecinając kamień, mam wrażenie zagłębiać się w procesy geologiczne sprzed 300 milionów lat.

Atmosfera pracowni rzeźbiarskiej jest niesamowita, a światło przydymione, niemal filmowe od unoszącego się w powietrzu pyłu... Obiekty

przykryte mokrymi szmatami, utrzymującymi wilgoć modeli w glinie, w kątach pokryte kurzem nieokreślone bryły. Pracownia malarska z kolei ma bardzo specyficzny zapach farb i terpentyny, która wprowadza mnie od razu w tryb pracy. Tworzenie obiektu w klasycznych materiałach wymaga opanowania techniki, znajomości materiału, jego możliwości i ograniczeń. Nie odnajduję się w druku cyfrowym ani w druku 3D, lubię to, co namacalne, zmysłowe, i gdzie również jest miejsce na błędy i przypadki, czyli niedoskonałość właśnie.

Uważam, że zarówno odbiorca, jak i kolekcjoner doceniają czas, umiejętności warsztatowe oraz poświęcenie włożone w stworzenie unikatowego obiektu. Czasami kolekcjonowanie sztuki zaczyna się od zwykłej chęci inwestycji czy po prostu snobizmu, ale przygoda ta przynosi nieoczekiwane efekty. Bakcyl kolekcjonerski wymaga zagłębienia się w sztukę danej epoki czy trendu, szukania i dokształcania się, czyli niekończącą się edukację i rozwój.

Postrzegając sztukę w sposób maksymalnie racjonalny, abstrahując od emocji, jakie nam dostarcza, stwierdzamy, że generuje również ogromny zysk. Niematerialny i materialny. Buduje ona historię narodu i scala społeczeństwo. Sztuka przyciąga nas, mimo iż wrażenia są ulotne, efemeryczne. Jest panaceum na ból duszy. Od nas zależy, czy oddamy władzę temu, co sztuczne i łatwe, czy też podążymy za tym, co trudniejsze, bardziej wymagające, ale prawdziwe.



Wpływy kulturowe na modę PRL-u

Autorka **Paula Apanowicz**

W pierwszych latach PRL-u moda funkcjonowała pod presją cenzury i krytyki indywidualizmu, lecz mimo to Polacy wciąż eksperymentowali.

Moda Polska śledziła trendy zza żelaznej kurtyny, ale wprowadzała też patriotyczne akcenty. Na zdjęciu pokaz mody z elementami folkloru w 1971 roku





d

Dla Polaków powojenny triumf miał gorzki smak z powodu politycznej dominacji ZSRR. Trudne realia odcisnęły swoje piętno na wszelkich dziedzinach życia, także na sztuce. Ta była wówczas silnie naznaczona socrealistyczną ideologią, zgodną z komunistyczną propagandą, która postrzegała kulturę Zachodu jako zagrożenie dla systemu. Gdy Roman Polański kręcił nad mazurskimi jeziorami „Nóż w wodzie”, otrzymał nadzór cenzora. Ten określił mu, jakie akceptuje wymiary kostiumów kąpielowych bohaterów, by nie odkrywały zbyt wiele.

W pierwszych latach po zakończeniu II wojny światowej w Polsce dominowała tzw. moda okupacyjna i ubrania pochodzące z paczek UNRRA. Z czasem zaczęto jednak poszukiwać sposobów na to, by w jakiś sposób móc zacząć wyrażać siebie poprzez modę.

Oknem na świat stało się założone w 1958 roku przedsiębiorstwo państwowe Moda Polska, które zaczęło wprowadzać

do kolekcji folklorystyczne motywy zakorzenione w rodzimej kulturze ludowej.

Bella Italia

Wraz z nastaniem piątej dekady XX wieku w społeczeństwie zaczęto dostrzegać to, co dzieje się w Europie Zachodniej – Polki zaczęły zachwycać się szykiem, który było widać na Zachodzie. Spora w tym zasługa leżała po stronie słynących z temperamentu Włoszek. Ich styl zestawiał swobodę i nonszalanę z seksapilem.

Polki przechwyciły od Sophii Loren, Giny Lollobrigidy czy Claudii Cardinale umiłowanie do energetyzującej kolorystyki, florystycznego wzornictwa oraz maksymalistycznej biżuterii. Naśladowały rozkloszowane spódnice oraz suknie z kwadratowym dekoltem i paskiem podkreślającym talię.

Polki chętnie rozpuszczały też swoje włosy na wzór charyzmatycznej **Claudii Cardinale**



Styl laureatki Oscara **Sophii Loren** rozpałił serca Polek zwiewnymi, kwiecistymi sukienkami i barwną biżuterią



Kobiety w PRL-owskich realiach były zafasynowane Włoszkami. Praktyczna fryzura **Giny Lollobrigidy** była często kopiowana





Lata 50. XX wieku to złota dekada rock'n'rolla. Prowokacyjny wizerunek **Elvisa Presleya** inspirował młodych gniewnych

Inspiracje znad Sekwany

Kobiety pozostawały też pod wrażeniem wyzwolonego stylu Francuzek. Kluczową rolę odegrał wizerunek Brigitte Bardot, który łączył zmysłowość z codziennym komfortem i prostotą krojów. To ona rozsławiła spodnie rybaczki, biustonosz „bardotkę”, uniwersalne baleriny i kocie spojrzenie.

Francuski styl lat 60. obejmował modę egzystencjalną nawiązującą do filozoficznego nurtu. Czarne golfy, rozciągnięte swetry czy workowate spódnice towarzyszyły dyskutującym w oparach papierosowego dymu intelektualistkom i intelektualistom. Wyrażający pesymistyczne nastroje styl współgrał z niepokojami PRL-owskiej młodzieży.



Anna Jantar była ikoną piosenki oraz stylu, czerpiącą z licznych kultur, w tym ruchu hipisów

Z czasem buntowniczy styl wyznaczył duet skórzanej kurtki i niebieskich jeansów. Te ostatnie stanowiły obiekt westchnień dostępny za dolary w luksusowym Peweksie pod marką Rifle, Wrangler czy rodzimej Odry. Trend podsycali hollywoodzkie filmy o rebeliantach, m.in. „Buntownik bez powodu” z Jamesem Deanem. Do indywidualnego spojrzenia na modę przełamującą schematy zachęcał też król rock'n'rolla Elvis Presley.

W stronę wyzwolenia...

Z czasem kluczowe zmiany w modzie PRL-u zainicjowały marcowe wydarzenia 1968 roku oraz rewolucja seksualna. Rozluźnienie cenzury zachęcało projektantów do szalonego wzornictwa i włączania artystycznych inspiracji. Największym kobiecym trendem stała się długość mini, której nieoficjalną ambasadorką została Jane Birkin, uznawana często za pierwszą it girl, czyli dziewczynę wyznaczającą trendy. Polską ikoną łączącą blichtr estrady ze stylem hippie była piosenkarka Anna Jantar, urzekająca w haftowanych sukienkach, kape-luszach czy kultowych dzwonach.



Ikona kina **Brigitte Bardot** rozsławiła francuską swobodę wniemał wszystkich zakątkach świata. Na zdjęciu aktorka w ponadczasowych balerinach

American dream

Amerykańskie wpływy kulturowe odcisnęły piętno na jednej z pierwszych polskich subkultur lat 50., czyli bikiniarzach. Warszawscy ekscentrycy spacerujący w rytm jazzu, z zaczesanymi do tyłu włosami i pstrokatymi krawatami, nawiązywali stylem do awangardowego ruchu beatników z USA, którzy tam odrzucali konsumpcyjny styl życia i zastany układ świata.



Królowa PRL-owskiej piosenki upowszechniała też królujące na przełomie lat 60. i 70. minispódniczki. Na zdjęciu **Anna Jantar z Jarosławem Kukulskim**



Legendy kina oraz stylu okresu PRL-u, czyli Zbigniew Cybulski i Ewa Krzyżewska w filmie „Popiół i diament” (1958)

Ekranowe ikony stylu czasów PRL-u

W ponurych dekadach PRL-u namiastkę luksusu śledziliśmy na ekranie. Polskie diwy i amanci powojennego kina niejednokrotnie stawali się ikonami stylu.

Autorka

Paula Apanowicz

P

PRL-owska rzeczywistość wymagała od naszych babć czy matek kreatywności w kwestii mody i sposobów wyrażania siebie. Dostępność materiałów oraz ubrań była mocno ograniczona. Tkaninę pozyskiwano z przeróbek męskiej marynarki, a nawet... koca. Z powodu polityki negującej zachodnie wpływy trudno było też zdobyć żurnale. Z pomocą dla poszukujących inspiracji Polek przychodziły gwiazdy ekranu – aktorki, które dyktowały modowe trendy za żelazną kurtyną.

Kobiety ze srebrnego ekranu tworzyły kontrast dla szarej codzienności „na kartki”. Nie stroniły od podkreślania urody za sprawą skupionego na wyrazistym spojrzeniu makijażu albo głębokiego dekoltu. W cenie była nieszablonowość i znak rozpoznawczy, pozwalający wyróżnić daną artystkę na tle pozostałej plejady gwiazd. Niewyczerpane źródło inspiracji odpowiadało na potrzeby kobiet wymykających się ograniczającym ramom w swych pasjach oraz strefach komfortu.



WPRL-u **Jolanta Umecka** cieszyła się tytułem arbiter elegantiarum

Pierwsza dama polskiego kina **Beata Tyszkiewicz** jako Izabela Łęcka w filmowej adaptacji „Lalki” z 1968 roku

Portret damy

Aktorki tamtych lat niejednokrotnie wносиły ponadczasowy element do polskiej mody. Ale żeby cieszyć się mianem ikony stylu, gwiazda musiała reprezentować głębsze wartości: talent, bystry intelekt, poczucie humoru, różnorodne zdolności. Przykładem jest tytuł „autorytetu w sprawach mody, dobrego smaku i właściwego zachowania” dla Jolanty Umeckiej (Krystyny z „Noża w wodzie”).

Pierwszą damą polskiego ekranu pozostaje Beata Tyszkiewicz. Choć według jej teorii „prawdziwa dama pali, pije i przeklina”, to aktorka nauczyła Polki nieśmiertelnej elegancji. Składały się na nią nie tylko zamiłowanie do klasycznych fasonów i naszyjników z pereł, ale przede wszystkim fascynująca osobowość, inteligencja oraz błyskotliwy dowcip, który wyróżniał nestorkę polskiego aktorstwa.

Hipnotyzujące kobiety fatalne

Przeciwwagę w postaci ekranowego wampa tworzyła Kalina Jędrusik, naczelną seksbomba PRL-u. Jej kokieterijny głos w połączeniu z drapieżnym erotyzmem sprawiają, że artystkę do dziś spowija legenda, w której nie brakuje pogłosek o zażywaniu kąpeli w szampanie. Styl Kaliny był barwny jak jej osobowość, rozpałał wyobraźnię.



Ponętnych aktorek nie brakowało. Wszechstronną Elżbietę Czyżewską nazywano „polską Marilyn Monroe”, Barbarę Brylską utożsamiano z bezpruderyjną Brigitte Bardot, a Ewę Krzyżewską porównywano z Sophią Loren. Grażyna Szapołowska łączyła uwodzicielskość z niezależną naturą. Z kolei zmysłowe uczesanie Poli Raksy znanej z serialu „Czterej pancerni i pies” zafascynowało rodaczki, które kopiowały blond fryzurę z symetrycznym przedziałkiem i tapirem z tyłu. Prywatne zamiłowanie do mody z czasem skłoniło Polę do zostania projektantką.

Stylowi amanci

Powojenni aktorzy również wyznaczali trendy. Zbigniew Cybulski został okrzyknięty „polskim Jamesem Deanem” z powodu młodzieńczej rebelii symbolizowanej przez skórzaną kurtkę i tajemnicze okulary.

Z kolei słynący z komediowych popisów Adolf Dymśa w „Sprawie do załatwienia” wcielił się w aż dziewięć ról, w tym bikiniarza – przedstawiciela wielkomiejskiej subkultury z lat 50., sprzeciwiającej się komunistycznej władzy i zapatrzonej w nieskrępowane możliwości Zachodu. Bikiniarze tworzyli dość ekstrawaganckie stylizacje z feerią barw czy fikuśnymi krawatami.

Fantazyjna kreacja „Dodka” to jeden z dowodów przenikania się realnych trendów z ekranowymi. Aktorki i amanci PRL-u tworzyli zatem okno na świat dla spragnionych innowacji rodaków.

Pola Raksa porzuciła kino uszczytu sławy, aby zająć się projektowaniem mody. Mówiono, że jej twarz jest warta miliony



Kalina Jędrusik, ówczesny obiekt westchnień, diwa estrady, teatru i kina, gwiazda Kabaretu Starszych Panów



Barbara Brylska zdobyła międzynarodowe uznanie. Została okrzyknięta „polską Brigitte Bardot”



Grażyna Szapołowska



Elżbieta Czyżewska



Pobecom
Marka Goska

*Zachwycić
prezenterem.*



WYBIERZ BIŻUTERIĘ VEZZI

Panie od mody. Grażyna Hase

„Uszycie brzydkiej bluzki kosztuje tyle samo,
co ładnej. To po co szyc brzydką?”

Autorka **Agnieszka Janas**



Barbara Hoff,

Coś modnego z niczego

Barbara Hoff (ur. w 1932 r. w Katowicach) była wierna tej maksymie od nastoletnich czasów. Córka przedwojennego adwokata wyniosła z domu zamiłowanie do elegancji. Można powiedzieć: przesada, ale czym wytłumaczyć to, że jako nastolatka objęła kolumny z modą w tygodniku polityczno-społeczno-literackim „Przekrój”? Początkowo otrzymała bardzo niewiele miejsca, ale i na nim potrafiła sobie poradzić. Ilość ta szybko się powiększyła, by osiągnąć dwie strony. To w „Przekroju” projektantka przedstawiała dwa pomysły, które w przypadku stałych braków w handlu uspołecznionym pozwalały zaopatrzyć się w modne buty baleriny oraz chustkę na głowę z ufarbowanej gazy. Baleriny zaś stworzyła, wycinając z tenisówek część do sznurowania i farbując buty na czarno pastą do butów. Brudziły stopy, ale czy to było ważne? Wkrótce na łamach pisma zaczęła prezentować swoje własne projekty. Ulubioną modelką była piękna Grażyna Hase.



Hoffland, mekka młodzieży

Idąc za ciosem, Barbara Hoff stworzyła własną markę Hoffland w 1967 r. Aby móc zrealizować pomysły, współpracowała z Powszechnymi Domami Towarowymi. Wydzielona została część piętra, która wkrótce wypełniła się modnymi strojami oraz młodzieżą spragnioną czegoś uszytego dla niej. Hoffland podążał za modą, zatem kolekcje zmieniały charakter. Prezydentowa Jolanta Kwaśniewska wspominała, że jechała z koleżankami z Gdańska do Warszawy pociągiem, by po godzinach stania w kolejce wrócić z upolowanymi ubraniami. Hoffland przetrwał okres transformacji ustrojowo-gospodarczej. Został zamknięty przez nowego właściciela Domów Centrum w 2007 r.

W 2018 r. Muzeum Miasta Gdyni uhonorowało jej twórczość retrospektywną wystawą.

Piękna Grażyna

Obecność Grażyny Hase (1939 r.) w modzie zaczęła się od tego, że była modelką i fotomodelką. Była jednym z kociaków „Przekroju”, czyli ślicznych i młodziutkich dziewczyn na okładce. Oprócz niej kociakiem była m.in. Anna Dymna. Grażyna Hase była także modelką Mody Polskiej. Pani Grabowska nie tolerowała żadnej konkurencji, a praca u niej była „zdradą”. Występ Grażyny u kogoś innego oznaczał koniec stałej współpracy z Modą Polską. Nie przeszkodziło to paniom być w dobrych stosunkach. Jadwiga Grabowska zaprojektowała sukienkę ślubną dla Grażyny. Praca w charakterze modelki przestała wystarczać ambitnej kobiecie. Grażyna Hase zaczęła projektować modę młodzieżową. Pierwszy pokaz nazwany Kozak Look (1967 r.) odnosił się do rewolucji październikowej. Kolekcja z 1968 r. dla zakładów odzieżowych Cora była młodzieżowym nawiązaniem do historycznych mundurów wojskowych oraz motywów regionalnych. Grażyna Hase została główną projektantką Cory w 1972 r. To oznaczało powstanie miejsca do szycia modnych, młodzieżowych ubrań.

Agencja modelingowa

Na początku 1971 r. Grażyna Hase wraz z mężem Wowo Bielickim stworzyła bazę



Gdy praca w charakterze modelki przestała jej wystarczać, Grażyna Hase zaczęła projektować modę młodzieżową

młodych ludzi mogących prezentować modę. Była to pierwsza tego typu agencja w Polsce. Na casting przyszło 1500 młodych ludzi, z których wyłoniono setkę. Projektanci mody, także Mody Polskiej, mieli skąd wybierać modelki i modeli. Agencja działała pod nazwą Nowe Pokolenie.

Projektantka przez wiele lat prowadziła Galerię Grażyny Hase.

W 2022 r. w Muzeum Warszawy zorganizowano wystawę „Grażyna Hase. Zawsze w modzie”.



DIAMARTE CLUB

EXCEPTIONAL

Otwórz drzwi do świata
luksusu, który łączy
etykę z pięknem





Jadwiga Grabowska dama polskiej

W Modzie Polskiej miała swój dwór. W jego skład wchodził wybrani przez nią: konstruktorzy, materiałoznawcy, krawcy o złotych palcach, przepiękne modelki, przystojni modele, pełni zapału i talentu młodzi projektanci i rysownicy

ska – pierwsza mody

Autorka **Agnieszka Janas**

Do ministerstwa chodziła na rozmowy ze słynną szklaną popielniczką w kieszeni. Gdy konwersacja nie przebiegała po jej myśli – nie wahała się używać jej w charakterze pocisku. Był to argument ostateczny. Dlatego wszyscy mieli respekt przed „Polską Madame Chanel”.



Charyzmatyczna i niezłomna

Świat polskiej mody lat 50. i 60. ubiegłego wieku bał się Jadwigi Grabowskiej (1898–1988) i jednocześnie ją podziwiał. Była warszawianką pochodzącą ze spolonizowanych Żydów – panieńskie nazwisko Seydenbeutel.

Mało wiemy o przedwojennej przeszłości pani Grabowskiej. Tylko tyle, ile czasem sama opowiedziała, wygadał się któryś z jej znajomych lub ktoś z pracowników Mody usłyszał fragment rozmowy ze starymi przyjaciółmi. Na swoje różniaczki reagowała złośliwie i zabawnie: „Idą do nas jakieś staruszki. To pewnie moje koleżanki z klasy maturalnej”.

Tajemniczość i barwność jej postaci sprawiły, że rodziły się dykteryjki i ploteczki. W stolicy Francji miała liczne znajomości, była szanowana przez wielkich świata mody. Przyjaźniła się osobiście z węgierskimi siostrami Gabor – seks-bombą kina Zsa Zsą oraz aktorką serialową Evą. W dwudziestolecie międzywojennym odwiedzały ją w Warszawie! Studiowała dziennikarstwo, stąd znajomość z jej mężem Tadeuszem Grabowskim (1899–1985), piłkarzem Polonii Warszawa, później

dziennikarzem sportowym. Po ślubie mieszkali na Saskiej Kępie. Pani Jadwiga była mistrzynią rondla i patelni, czym sama się chwaliła.

Po wojnie niezłomna Grabolka otworzyła w stolicy dom mody pod symboliczną nazwą „Feniks”. Władze komunistyczne szybko odebrały jej „Feniksa”. Nie poddała się! Założyła Dom Mody „Ewa”, w którym debiutowała legendarna aktorka i modelka Teresa Tuszyńska. Szukała możliwości promowania mody, tworzenia kolekcji, organizowania pokazów. Moda Polska powstała w 1958 r. Udało się jej nakłonić władze komunistyczne do powołania do życia Biura Mody do Współpracy z Targami Lipskimi. Jadwiga Grabowska została jego dyrektorem artystycznym. Wkrótce zostało ono przekształcone w Modę Polską.

Stalowa dłoń w jedwabnej rękawiczce

Obawiali się jej pracownicy, drżeli przed nią urzędnicy, czuli respekt ministrowie. Ustalała przydział pieniędzy na: wyjazdy do Paryża, sprowadzenie odpowiednich tkanin, nici i dodatków krawieckich, a także na codzienne potrzeby firmy, która przecież działała według wysokich standardów przez nią ustalonych.

W Modzie Polskiej miała swój dwór. W jego skład wchodził wybrani przez nią: konstruktorzy, materiałoznawcy, krawcy o złotych palcach, przepiękne modelki, przystojni modele, pełni zapału i talentu młodzi projektanci i rysownicy. Przy ich pomocy tworzyła elegancje i na czasie kolekcje.

Jadwiga Grabowska została emerytowana w 1968 r. w niezwykle perfidny sposób. Urzędnicy szukali pretekstu na pozbycie się niezależnej pani Grabowskiej. Odkryli, że jest w wieku emerytalnym! Po pokazie w lutym 1968 r. podeszli do niej z kwiatami: kadrowa, dyrektor oraz ktoś z przedstawicieli załogi. Wręczyli jej bukiet i kopertę, w której była informacja o emerytowaniu. Po jej otworzeniu Grabolka wpadła w szal.

Gdy odsunięto ją od pracy, była w pełni sił twórczych. Wykorzystywała je, pisząc do różnych czasopism.

W latach 80. XX w. projektantka straciła wzrok. Jednak nadal interesowała się modą i przyjeżdżała na pokazy Mody Polskiej. „Przed pokazem zawsze pytała mnie, co to będzie za kolekcja. Omawiałem jej założenia i opisywałem, modele, które zostaną pokazane na wybiegu” – wspomina Jerzy Antkowiak, projektant Mody Polskiej.

Jadwiga Grabowska zmarła w 1988 r. Na szczęście nie doczekała upadku swojego dzieła.

Jerzy Antkowiak: sztuka życia – sztuka kreacji



Zapamiętałam jego słynny czerwony szalik. To było szokujące! Inni tatusiowie, którzy przyprowadzali córki na zajęcia, ubrani byli standardowo w garniturki z Miejskiego Domu Handlowego. A tu nagle pojawia się niezwykła postać w czarnym płaszczu i niedbale zarzuconym na nim czerwonym szalu. Tego nie sposób było przeoczyć.

j

Autorka **Agnieszka Janas**

Jerzy Antkowiak, projektant Mody Polskiej i legenda polskiej mody, artysta i bon vivant, był jednym z nielicznych w PRL-u mężczyzn, który całkowicie świadomie kreował swój wizerunek. Był on spójny z trybem życia i pracą artystyczną, wykonywaną z nietuzinkowym talentem i wielką pasją. Styl, w jakim się nosił, był oryginalny i autentyczny – dlatego nie do podrobienia. Wspomnienia Katarzyny Butowtt, sławnej modelki Mody Polskiej, dotyczą właśnie tego szalika i innych strojów.

Sztuka życia

A wszystko zaczęło się niewinnie, w szacownej wielkopolskiej rodzinie mieszczańskiej. Mama Jurka, piękna i utalentowana modystka Zofia Antkowiakowa, od urodzenia ubierała synka w stylu małego księcia. Estetka i modnisią nie szczędziła sił ani środków, aby wygląd rodziny odpowiadał jej ambicjom. Ojciec Jerzego Florian, notariusz wolsztyński, wspierał ambicje żony. Wybuch II wojny światowej oznaczał katastrofę dla tej szczęśliwej rodziny. Ojciec został uwięziony w obozie koncentracyjnym, zaś Jerzy i matka wygnani z domu. Schronienie znaleźli w Mińsku Mazowieckim. Mieszkali tam do wybuchu powstania warszawskiego. Matka, która była w czasie powstania w stolicy,





Jerzy Antkowiak inspirował się modą, którą oglądał na pokazach mody w Paryżu

po jego upadku została wywieziona do obozu koncentracyjnego. Gdy została wyzwolona – wyemigrowała do Kanady. Jerzy z opiekunką wrócili do Wolsztyna, gdzie odnalazł ich ojciec!

Po maturze zaliczył prawdziwą wpadkę modową. Zapamiętał ją, gdyż wiązała się z egzaminami do Wyższej Szkoły Sztuk Plastycznych we Wrocławiu. Tak wspomina stroje, które wraz z przyjacielem Zbyszkim Horbowym, późniejszym wybitnym projektantem szkła i rektorem Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, przygotowali dla siebie na tę okazję:

„Kupiliśmy gumowe płaszcze. Wyglądaliśmy – jak para palantów. Nam się wydawało, że my tacy modni, choć słowo <<moda>> nie istniało wtedy w naszym słowniku”.

Wkrótce na skutek studiów plastycznych i dzięki poznaniu żony Danuty (Pani Dany) słowo „moda” zaczęło być bardzo ważne w słowniku młodego plastyka. Jerzy, zakochany w pięknej żonie, zaczął rysować dla niej stroje i podpisywał w listach, w co mogłaby się ubrać, aby podkreślić swoją oryginalną urodę.

Sztuka kreacji

Charyzmatyczną Jadwigę Grabowską i Modę Polską poznał, kiedy przypadkiem znalazł się na pokazie mody. Nakłamał wówczas dyrektorce, że od dawna projektuje i prosi o szansę współpracy z nią. Tę dostał. W 1961 roku został oficjalnie zatrudniony w Modzie Polskiej jako projektant ze specjalizacją moda kobieca. Szybko wypracował charakterystyczną dla siebie, minimalistyczną linię, którą rysował ubrania. Wielokrotnie wyjeżdżał na pokazy mody do Paryża i wprowadzał poznane tam propozycje do Mody Polskiej: paryski szyk i modne kroje, dodatki, kolory. Jest miłośnikiem twórczości Yves’a Saint Laurenta; projekty wielkiego Francuza wielokrotnie były natchnieniem dla Jerzego Antkowiaka. Dzięki temu zdecydowanie odmłodził szafę proponowaną przez Modę Polską. To było wręcz rewolucyjne. W latach 1979–1985 pełnił funkcję dyrektora ds. wzornictwa w Modzie Polskiej. Z firmy odszedł w dniu jej likwidacji w 1998 roku. Mimo zaawansowanego wieku wciąż rysuje, interesuje się modą, dużo wspomina. A jego opowieści można słuchać bez końca.

Rzeźbiarz sylwetek:

Autorka **Katarzyna Krauss**

Minimalizm spotyka awangardę, a klasyczne rzemiosło stapia się z nowymi światami. MALESA – projektant, który przeszedł drogę od technikum odzieżowego, przez MSKPU, aż do realizacji projektów dla czołowych edytoriali – tworzy modę, która wygląda jak kadr z przyszłości. O tym, jak buduje własny język estetyczny, dlaczego precyzja konstrukcji jest jego mantrą i jak porusza wyobraźnię stylistów – opowiada w rozmowie z Mod'arte.

O początkach i edukacji

— Twoja droga prowadziła przez Technikum Odzieżowe im. Marii Bratkowskiej i MSKPU. Jak te dwa etapy ukształtowały sposób, w jaki dziś myślisz o modzie i konstrukcji?

Pójście do technikum odzieżowego było jedną z najlepszych decyzji w mojej drodze zawodowej. To tam nauczyłem się fundamentów: szycia, konstrukcji, precyzji i szacunku do rzemiosła. Te umiejętności dały mi absolutną wolność w projektowaniu, bo papier przyjmuje wszystko, ale dopiero świadomość, jak coś wykonać, pozwala tworzyć nowe formy. W MSKPU zaś po raz pierwszy zrozumiałem, że projektowanie może być językiem artystycznym.

— Czy od początku wiedziałeś, że pójdziesz w kierunku estetyki futurystycznej?

Nie, na początku mojej drogi tworzyłem streetwear inspirowany kulturą techno. To była estetyka pełna energii, buntu i poszukiwań. Z czasem jednak zacząłem czuć, że moja wrażliwość idzie w innym kierunku. Marka dojrzywała razem ze mną – dziś jestem innym człowiekiem, innym projektantem, dojrzałym mężczyzną świadomym swojej estetyki. Futurystyczna elegancja okazała się naturalnym rozwinięciem tego procesu: bardziej precyzyjna, wyciszona i jednocześnie odważniejsza w formie.

O estetyce futurystycznej elegancji

— Jak definiujesz „futurystyczną elegancję”?
Co jest w niej najważniejsze – forma, materiał, proporcja, ruch?

Dla mnie futurystyczna elegancja to ciągłe poszukiwanie nowych form i rozwiązań, ale bez krzyku. Moje projekty nie muszą podnosić głosu, aby zostały zauważone – ich siłą jest konstrukcja, nie krzykliwość. Moje projekty są na tyle futurystyczne, by wyróżniać

się na tle wszystkiego, co znane, a jednocześnie na tyle proste, by z łatwością mogły królować w najbardziej klasycznych przestrzeniach. Forma, proporcja i ruch są dla mnie jednym systemem – dopiero ich harmonia tworzy elegancję, która nie jest ani przesadą, ani dekoracją, lecz czystą, świadomą obecnością.

— W Twoich projektach widać elementy minimalizmu, ale też nowoczesną konstrukcję. Co jest dla Ciebie punktem wyjścia przy budowaniu sylwetki?

Tworzę tak, aby ubranie było rzeźbą, ale jednocześnie pozostawało funkcjonalne i bliskie ciału. Wszystko zaczyna się od pytania: co mogę uprościć, aby konstrukcja była jeszcze bardziej wyrazista? To prowadzi mnie do form, które są jednocześnie skromne i odważne, oszczędne i nowoczesne.

— W polskiej modzie taki kierunek nadal jest rzadki. Skąd czerpiesz inspiracje i jak unikasz popadania w banał futurystycznych klisz?

Staram się tworzyć rzeczy, których sam wcześniej nie widziałem – to mój najprostszy i jednocześnie najtrudniejszy kompas twórczy. Ogromną rolę odgrywają u mnie rzeźba i sztuka, fascynuje mnie sposób, w jaki bryły budują emocje. To wpływa na moje kolekcje bardziej niż

Zawsze podziwiałem Alexandra McQueen'a. To właśnie on uświadomił mi, gdy byłem nastolatkiem, że moda może być czymś więcej niż ubraniem – może być sztuką

ikony i obowiesci

futurystyczny świat MALESY



mnie futurystyczny jako dekoracja. Nowoczesność widzę w czystości idei i w odwadze.

— Twoje projekty mają w sobie artystyczny charakter — czy jest jakiś konkretny artysta, nurt albo dzieło sztuki, które szczególnie wpłynęły na Twoje myślenie o formie i futurystycznej elegancji? Zawsze podziwiałem Alexandra McQueen. To właśnie on uświadomił mi, gdy byłem nastolatkiem, że moda może być czymś więcej niż ubraniem — może być sztuką. Jego podejście do form, dramatyzmu i narracji w projektach otworzyło przede mną nowe pole myślenia o ubraniach jako o rzeźbach, które opowiadają historię.

— W Twoich projektach dominują czern, biel i energetyczna czerwień. Czy myślałeś o rozszerzeniu palety barw, czy właśnie te trzy kolory są fundamentem Twojego języka wizualnego i chcesz przy nich pozostać?



jakikolwiek trendy. Z kolei muzyka to moja największa miłość po modzie i jednocześnie towarzyszy mi w każdym etapie pracy. Nadaje rytm formom i proporcjom, a jej ciemniejsze, bardziej intymne brzmienia przemycają do moich projektów tę charakterystyczną nutę mroku. Unikam futurystycznych klisz, bo nie interesuje



Czerń w moich projektach jest dla mnie czymś więcej niż kolorem – to medium wyrazu. Pozwala mi skupić się na formie, proporcjach i strukturze bez zbędnego szumu wizualnego. Biel czy energetyczna czerwień działają jak kontrapunkty, nadając rytm i emocję, ale to czerń jest i będzie fundamentem mojego języka wizualnego. Nie wykluczam innych barw, ale zawsze wracam do niej, bo to ona najlepiej pozwala mi opowiadać moją historię.

— W latach 60. i 70. w Polsce pojawiła się silna fascynacja futuryzmem w modzie i wzornictwie. Czy ten powojenny boom estetyki futurystycznej – od IWP po projektantów tamtej epoki – w jakikolwiek sposób wpłynął na Twoją twórczość? Jakie materiały są dla Ciebie najbardziej fascynujące w pracy?

Ten powojenny futuryzm nauczył mnie, że estetyka to nie tylko forma, ale przede wszystkim postawa – odwaga w poszukiwaniu nowych rozwiązań i chęć wyprzedzania czasów. W mojej pracy najbardziej fascynuje mnie winyl i jego połysk, skóra oraz transparentne tkaniny, które wprowadzają lekkość i grę światła. Bardzo istotna jest również struktura materiałów – często muszą same utrzymywać formę, by sylwetka zachowała swój charakter.

Tworzę tak, aby ubranie było rzeźbą, ale jednocześnie pozostawiało funkcjonalne i bliskie ciału

— W Twoich projektach widać kontrolę, ale też lekkość. Jak osiągasz tę równowagę?

Równowagę między kontrolą a lekkością osiągam dzięki precyzyjnej konstrukcji i świadomej pracy z materiałem. Każdy detal jest przemyślany tak, aby sylwetka zachowała swoją formę, a jednocześnie poruszała się naturalnie razem z ciałem.

0 marce i przyszłości

— Jakie jest największe wyzwanie przy budowaniu marki w Polsce operującej w estetyce futurystycznej?

Największym wyzwaniem przy budowaniu marki w Polsce jest wciąż pewna zachowawczość odbiorców. Ludzie często boją się odważniejszych form i nowych rozwiązań w modzie. Nie ukrywam jednak, że moim celem jest również powolne, przemyślane wejście na rynki zagraniczne, gdzie odbiorcy są bardziej otwarci na eksperymenty i futurystyczną estetykę. To naturalny krok w rozwoju marki, który pozwoli mojej wizji zyskać szerszy kontekst.

— Oczym marzysz jako projektant i jaka przyszłość mody najbardziej Cię ekscytuje?

Marzę o tym, aby moje projekty mogły zaistnieć na światowym poziomie wizualnym – tworzyć pokazy, które będą prawdziwym doświadczeniem, pełnym emocji i narracji. Chcę, aby moda nie była tylko ubraniem, lecz spektaklem, w którym muzyka, ruch i światło współgrają, tworząc pełnoprawne show. Ekscytuje mnie przyszłość, w której granice między modą, sztuką i technologią będą coraz bardziej płynne, a ubrania staną się medium wyrazu, które inspirować i poruszać odbiorców na całym świecie.

— Co chciałbyś, aby czytelnik Mod'arte zapamiętał z Twojej twórczości?

Chciałbym, aby czytelnik Mod'arte zapamiętał, że moda może być odważna, a jednocześnie funkcjonalna. Chcę, aby ludzie poczuli, że ubranie może być wyrazem indywidualności i siły, a jednocześnie pięknym doświadczeniem wizualnym.

Z pracowni w Warszawie na Pola Elizejskie. Saga współczesnego couture

La Métamorphose to polska marka haute couture, która umiejscowiła się na globalnej scenie mody, łącząc rzemiosło z filantropią i dyplomacją kulturową. Począwszy od warszawskiej pracowni po paryski butik przy 8. Rue Marignan, kilka kroków od Pól Elizejskich. Marka buduje konsekwentną historię o polskiej sztuce, najwyższym kunszcie krawieckim i elegancji obecnej na czerwonych dywanach od Cannes po Las Vegas.

Paryż: adres, który zobowiązuje

Paryski butik La Métamorphose w 8. dzielnicy to nie tylko prestiżowa lokalizacja, ale miejsce spotkań z klientkami zarówno z samego Paryża, jak i z całego świata: z Nowego Jorku, Los Angeles, Londynu, Mediolanu, Singapuru czy Dubaju. Bliskość Pól Elizejskich sytuuje markę w jednym ciągu z największymi domami mody i sprawia, że cieszy się ona coraz większym uznaniem wśród gości odwiedzających flagowy butik. To właśnie w kontekście paryskiego kierunku Mistrz Jerzy Antkowiak powiedział Ewie Gawkowskiej, że powinna iść do Paryża – że właśnie tam znajduje się jej ścieżka.

W jego wnętrzach testowane są nowe proporcje, linie i kolory, zanim trafią na światowe wybiegi. Właśnie tu najszybciej widać, jak reaguje międzynarodowa klientela, mając do dyspozycji najnowsze propozycje. Czy szuka spektakularnych, wyrafinowanych sukien, czy klasycznych modeli albo dopracowanych garniturów i koszul, które pozwalają przenieść kod couture do codziennego życia.

Siostry i ich język couture

Za powstaniem marki stoją dwie siostry: Ewa Gawkowska, która tworzy projek-

ty oraz Małgorzata Szczęsna, które od 2012 roku rozwijają La Métamorphose jako autorski dom mody, zakorzeniony pokoleniowo. Punktem wyjścia była idea ponadczasowej elegancji, opartej na rzemiosle najwyższej sztuki projektowania i szacunku do procesu jego tworzenia. Tradycje te wyrastają z rodzinnej historii: babcia Ewy Gawkowskiej, Eugenia Machura, była mistrzynią krawiectwa i prowadziła własne kursy, ucząc kolejne pokolenia kunsztu szycia. Jej losy zostały opisane w książce „Saga rodu Machurów”, podkreślając znaczenie dziedzictwa, z którego wyrasta współczesna marka.

Każda kolekcja powstaje jako opowieść z wyraźnym motywem przewodnim, pięknem i subtelnością sylwetek z finałową suknią, która staje się wyznacznikiem trendu w danym sezonie. La Métamorphose opiera się na rozpoznawalności swoich modeli, poprzez elementy charakterystyczne dla marki, miękkie i rzeźbiące linie, jedwabne delikatne tkaniny nadające finezyjności ruchów, precyzyjne cięcia oraz umiejętne operowanie światłem i kształtem tkanin.

Haute couture jako praktyka, nie slogan

W La Métamorphose haute couture nie jest hasłem marketingowym, lecz kon-





ikony i osobowości

kretną praktyką: dopracowane projekty, ręczne, wielogodzinne szycie, skomplikowane konstrukcje, wymagające, najlepszej jakości tkaniny, hafty i aplikacje tworzone w zespole specjalistek najwyższej klasy. Każda suknia przechodzi drogę od rysunku, konstrukcji, przez wielokrotne przymiarki, które w efekcie końcowym tworzą ubranie idealne. Współgrające z ciałem ostatecznego odbiorcy.

Marka świadomie wpisuje to w nurt slow fashion. Ewa Gawkowska projektuje w taki sposób, by kreacje mogły funkcjonować latami, niezależnie od sezonowych mikrotrendów. Widać to także w ofercie garniturów szytych na miarę i biznesowych koszul, które mają łączyć elegancję kroju z komfortem i umożliwiać budowanie kapsułowej garderoby na lata.

Czerwone dywany jako scena

Od wielu lat stroje i marka La Métamorphose są obecne m.in. na Cannes Film Festival, Grand Prix Monaco, prestiżowych galach: AMFAR, CMA AWARDS oraz trasach koncertowych, ubierając gwiazdy światowego kina, artystów estrady, ludzi kultury, sztuki i tych, którzy kochają ponadczasowe piękno najwyższej jakości. Jednym z najbardziej rozpoznawalnych projektów stała się suknia „niebieski motyl” zaprojektowana przez Ewę Gawkowską dla Carrie Underwood, z ręcznie malowanymi skrzydłami, które w ruchu ożywiają metaforę przemiany wpisaną w nazwę marki.

W kreacjach La Métamorphose pojawiały się wielokrotnie Miss Francji, Miss Polski i wielu innych krajów, europejskie i amerykańskie aktorki i piosenkarki, co przełożyło się na zainteresowanie międzynarodowych mediów modowych. Dla

marki to nie tylko splendor, lecz także konkretna weryfikacja: suknia musi podkreślić blask fleszy, ruch, podróże i archiwizację w pamięci zdjęć – jeśli wygląda zjawiskowo na żywo i na ekranie, staje się realnym kapitałem marki.

Paris Haute Couture Fashion Week

Od dekady La Métamorphose prezentuje swoje kolekcje podczas Paris Haute Couture Fashion Week, pozostając w relacji z Fédération de la Haute Couture et de la Mode. To systematyczne uczestnictwo w najbardziej wymagającym kalendarzu świata mody, w którym obecność zobowiązuje do utrzymania najwyższego poziomu artystycznego, sprawia, że każdy sezon to nowa szansa na odkrycie piękna i wizji projektanta.

Kolekcje La Métamorphose od tych inspirowanych mitologią po „piękno nocy”, współtworzą opowieść o polskiej marce świadomie wchodzącej w dialog z francuską tradycją haute couture.

Nagrody, prestiż i model biznesowy

Marka została nagrodzona m.in. Złotą Pętelką i Złotą Super Pętelką Polskiej Akademii Mody, Wiktoria – Znakiem Jakości Przedsiębiorców oraz tytułem Lidera Mody Damskiej. Te wyróżnienia, w połączeniu z funkcją ambasadorską w Polskiej Akademii Mody legitymizują La Métamorphose zarówno jako markę artystyczną, jak i dojrzały podmiot biznesowy.

Fundacja La Métamorphose

Dwa miesiące temu Ewa Gawkowska powołała Fundację La Métamorphose, której misją jest wspieranie młodych, utalento-

wanych ludzi, stawiających pierwsze kroki w branży. Jej hasło to: „Bądźmy zmianą, której potrzebuje świat... Otwierajmy drzwi tam, gdzie są zamknięte, i nieśmy nadzieję na lepsze jutro”.

Fundacja będzie oferowała coś więcej niż jednorazowe stypendium, pomoże w dostępie i zdobywaniu wiedzy, umożliwi zdobywanie doświadczenia i możliwość uczestniczenia w pokazach, a więc realną pomoc w zrozumieniu, jak funkcjonuje branża i rynek mody od wnętrza.

Równolegle Ewa Gawkowska i marka La Métamorphose angażuje się w wydarzenia charytatywne, przekazując swoje kreacje na aukcje i wspierając inicjatywy prospołeczne, co łączy się z dewizą „pomaganie jest w modzie”. W tym ujęciu luksus przestaje być jedynie przywilejem, a staje się narzędziem solidarności społecznej, w którym środki z zakupu stroju mogą zostać przekazane na sfinansowanie czyjegoś leczenia, stypendium czy programu edukacyjnego. Marka zyskuje wymiar etyczny, który dla coraz większej grupy odbiorców jest równie ważny jak wysublimowana estetyka.

Marka jako opowieść o Polsce

Ewa Gawkowska podkreśla, że La Métamorphose jest marką, która stała się nośnikiem estetyki, etosu i narracji, w której polska wrażliwość splata się z paryskim szykiem. Obecność przy Polach Elizejskich, regularne pokazy w Paryżu i publikacje w „Vogue”, „Harper's Bazaar” czy „Madame Figaro” tworzą nowy obraz polskiej mody, nie jako podwykonawcy, lecz równorzędnego kreatora.

W świecie, w którym moda szuka równowagi między pragnieniem wyjątkowości a odpowiedzialnością społeczną, La Métamorphose proponuje model „równoważonego luksusu”: mniej, lepiej, trwalej i bliżej sztuki. To propozycja wiarygodna, bo już zweryfikowana przez rynek, media i najbardziej wymagającą publiczność haute couture od Paryża po klientów, którzy wybierają polską markę wśród najbardziej prestiżowych adresów świata.

Zapraszamy do świata La Métamorphose, gdzie sztuka projektowania łączy się z kreatywną wizją i magią stylu za którą stoi pasja tworzenia autora, który ją stworzył.



Ceramiczne figurki z epoki Polski Ludowej, stworzone przez legendarną „wielką czwórkę” Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, to znacznie więcej niż nostalgiczne pamiątki. Dziś dzięki ogromnemu wzrostowi zainteresowania kolekcjonerów i uznaniu muzeów miniaturowe dzieła sztuki

Dziedzictwo „WIELKIEJ CZWÓRKI” – ponadczasowe piękno w ceramicznych miniaturach

stają się symbolem nie tylko epoki, ale i kanonu polskiej sztuki użytkowej. Wystawy, takie jak ta w Muzeum Narodowym we Wrocławiu, udowadniają, że to, co powstawało przed laty, w cieniu historycznych i politycznych zawirowań – dziś okazuje się klasykiem designu.

Autorka **MAGDA KOSIŃSKA-KRÓL**

S

Sztuka za żelazną kurtyną

Historia „wielkiej czwórki” ceramików rozpoczęła się w połowie lat 50., gdy Polska próbowała odnaleźć swoją drogę między socrealizmem a zachodnimi trendami w designie. W 1956 roku, tuż po odwilży październikowej, czworo wizjonerów – Henryk Jędrasiak, Lubomir Tomaszewski, Hanna Orthwein i Mieczysław Naruszewicz – otrzymało zadanie zrewolucjonizowania polskiej ceramiki.

Polska przełomu lat 50. i 60. głodna była nowoczesności, ale ograniczona ideologicznymi ramami. Figurki zwierząt okazały się idealnym kompromisem – „Jak”, „Czajka” czy „Ryba płaszcza” były wystarczająco „neutralne” politycznie, by nie drażnić cenzury, a jednocześnie pozwalały na eksperymentowanie z formą i kolorem w sposób, który byłby niemożliwy w innych dziedzinach sztuki.

Przez dziewięć lat, od 1956 do 1965 r., powstało kilkadziesiąt modeli ceramicznych zwierząt. Każda figurka była małym manifestem przeciwko poszarzałej PRL-owskiej rzeczywistości.

Estetyka minimalizmu przed minimalizmem

To, co dzisiaj nazywamy skandynawskim minimalizmem, „wielka czwórka” praktykowała już w latach 60. Ich ceramiczne rzeźby kameralne cechowała prostota, nie wymuszona, ale przemyślana – każda



Fenomen ceramicznych figurek z okresu PRL-u dowodzi, że dobry design opiera się upływowi czasu i wpływowi politycznym



Figurki zwierząt okazały się idealnym kompromisem. Były wystarczająco „neutralne” politycznie, by nie drażnić cenzury, a jednocześnie pozwalały na eksperymentowanie z formą i kolorem w sposób, który byłby niemożliwy winnych dziedzinaх sztuki

linia miała znaczenie, każdy kolor był elementem szerszej koncepcji. Figurki te wprowadzały do polskich domów nowoczesny design, który mógł konkurować z uznanymi wzorcami Zachodu.

Paradoksalnie, masowa produkcja nie oznaczała tutaj powtarzalności. Choć powstawały w setkach egzemplarzy, każda figurka zachowywała indywidualny charakter dzięki ręcznemu wykończeniu i subtelnym różnicom w dekoracji malarskiej. To połączenie przemysłowej dostępności z artystycznym rzemiosłem zapewniło ponadczasowość.

Powrót do łask

Dziś ceramiczne zwierzęta z PRL-u przeżywają renesans. Wystawa „Wielka czwórka i inni. Ceramiczna rzeźba kameralna w PRL-u” w Muzeum Narodowym we Wrocławiu (od października 2024 do lutego 2025 r.), prezentująca ponad 300 obiektów z kolekcji Tomasza Dziewickiego i zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie i Wrocławiu, to tylko jeden z przejawów tej fascynacji. Kolekcjonerzy płacą coraz wyższe sumy na aukcjach, a międzynarodowa scena designu z rosnącym zainteresowaniem odkrywa polską ceramikę z okresu Polski Ludowej, tylko pozornie bezbarwnej.

Co sprawia, że te figurki są i dziś tak atrakcyjne wizualnie? Prawdopodobnie talent twórców do balansowania między artystyczną wyrazistością a funkcjonalną prostotą. W czasach wizualnego przebudowania ceramiczne zwierzęta „wielkiej czwórki” oferują kojącą czystość formy połączoną z subtelną ekspresją.

Fenomen ceramicznych figurek PRL-u dowodzi, że dobry design opiera się upływowi czasu i wpływowi politycznym. Te miniaturkowe arcydzieła udowadniają, że prawdziwa innowacja we wzornictwie nie wymaga rewolucyjnych technologii – czasem wystarczy świeże spojrzenie na tradycyjne rzemiosło i odwaga w eksperymentowaniu z formą.

„Panny z Ćmielowa” – ikony polskiego wzornictwa lat 50. i 60., łączące elegancję, minimalizm i charakterystyczną dla epoki finezję formy





Spółdzielnia ORNO. Wartości ważniejsze od srebra



Jednym z najważniejszych wyrobów spółdzielni ORNO była biżuteria z bursztynem

Jak rozkochać Polaków w biżuterii i pokazać im prawdziwe piękno? Przed takim dylematem stanął **Romuald Rochacki**, który w powojennej rzeczywistości stworzył miejsce z charakterem, gdzie od kruszcu bardziej liczyli się ludzie.

Autorka **MALGORZATA GIERMAZ**



P

Polaczyć artystę z rzemieślnikiem

Na ten pomysł były księgowy Banku Krajowego wpadł w 30-metrowym mieszkaniu na Marszałkowskiej. W czasie okupacji Rochacki pracował w prywatnym warsztacie Karat, gdzie rozpoznawał i łączył kamienie z cennymi kruszcami. Zdobytą wiedzę i doświadczenie przekuł w późniejszą spółdzielnię ORNO. Nadrzędny cel – promocja przemysłowego wzornictwa i folkloru – sprzyjał funkcjonalnej, dopracowanej w detalach biżuterii. Artyści zgodnie z wolą Rochackiego byli zarówno projektantami, jak i rzemieślnikami – wytwarzali w krótkich seriach, nieprzekraczających stu sztuk, bransolety, łańcuchy, pierścionki i wisiorki. Ręcznie tworzone ozdoby były unikatowe i wyjątkowe. Założycielom ORNO (z łac. zdobieć) zależało, aby artyści znali materialną, funkcjonalną i estetyczną wartość biżuterii, w której dominującą rolę odgrywał surowiec. Twórcy ORNO, Romualdowi Rochackiemu, zafascynowanemu Williamem Morrisem i ruchem

Wśród wyrobów ORNO dominowało srebrne rzemiosło artystyczne, między innymi puderniczki i puzderka

Arts & Crafts, zależało, aby każdy mógł rozwinąć swoje umiejętności, a także obserwować, jak szkice przeobrażają się w przedmioty. W firmie panował z góry ustalony porządek: czeladnicy dostawali opiekunów, pod okiem których cieli, formowali i fakturowali srebro. Wspólna praca, marzenia i pasja sprzyjały powstawaniu cennych wyrobów, ale od rzemiosła ważniejsze były międzyludzkie więzi. Ten postulat realizowała ORNO, jedna ze spółdzielni Cepelii.

Złote lata spółdzielni

Każdy kierownik artystyczny wniósł do ORNO coś nowego. W czasach Rochackiego artyści czerpali inspirację z kowalstwa, w latach 60. – epoce Adama Jabłońskiego – zainteresowaniem cieszyła się biżuteria nawiązująca do secesji i art déco. Zgeometryzowane kształty i symetria współgrały z półszlachetnymi kamieniami, głównie nefrytem, bursztynem, koralem i turkusem. Niektóre wyroby kosztowały równowartość miesięcznej pensji, ale kolejki przed sklepami w centrum Warszawy świadczyły o tym, że biżuteria była rzeczą pożądaną. Ze względu na coraz większe



Ruch Arts & Crafts wymyślił William Morris, który pozwolił artystom na projektowanie i wykonywanie przedmiotów w tym samym czasie



Romuald Rochacki był miłośnikiem rzemieślniczych wyrobów angielskiego ruchu Arts&Crafts

zainteresowanie biżuterią ORNO rozszerzyła asortyment o architekturę wnętrz, wzornictwo, fotografię i okolicznościowe dekoracje. Artysci nie pozostawali obojętni na ówczesną modę, tendencje w sztuce i ważne wydarzenia w dziejach kraju. Obchody Tysiąclecia Państwa Polskiego uczczono kolekcją biżuterii wczesnono-wiańskiej. W latach 70. rzeźbiarz Adam Myjak promował formy asymetryczne, ażurowe, organiczne i uproszczone kształty nierozzerwalnie związane z abstrakcją. W ORNO powstawały insygnia władzy samorządowej i akademickiej, ale kierownikom zależało też na pracownikach. Mogli się oni zapisać na dwuletni kurs historii sztuki, obejmujący zagadnienia metaloplastyki, kompozycji i rysunku. Dzięki zajęciom poznawali arkana zawodu, stawiali się mistrzami w swoim fachu i wytwarzali w dalszym ciągu popularne ozdoby. Lata 80. zaowocowały wyrobami w „stylu inżynierskim”, w którym dominowała wyraźna linia, a zgeometryzowany kształt biżuterii zastąpiono gładką, polerowaną powierzchnią. Ze względu na większą niż wcześniej dostępność biżuterii wyroby cieszyły się znacznie mniejszym zainteresowaniem.

ORNO „dobiły” problemy własnościowe i lokalowe, które w 2003 roku doprowadziły do zamknięcia niegdyś tętniącej życiem spółdzielni.



W latach 70. w ORNO pracował rzeźbiarz Adam Myjak, który zasłynął z organicznych, ruchomych form. Jednym z ciekawszych dzieł jest zaprojektowany przez niego zegar w Łazienkach



Pieczę nad spółdzielnią sprawowała Cepelia. Twórcom Cepelii zależało na artystycznych i niepowtarzalnych wyrobach, a postulat ten spełniało ORNO

Haute couture

na ludowo



Suknia
zmalowanego
jedwabiu z mo-
tywem ludo-
wym. Twórca
Grażyna Hase,
datowanie
1979

Idea wykorzystania ludowego wzornictwa, a także ludowych tworzyw i technik do projektowania odzieży współczesnej sięga XIX wieku.

Autorka **Paulina Adameczyk**

Takie próby podejmowano już w okresie młodo-polskiej „chłopomanii”. W powojennej Polsce sztuka ludowa została wpisana w państwowy program estetyzacji codzienności. Jej wpływ sięgał dalej niż do muzeów etnograficznych i festynów folklorystycznych.

To moda zyskała twarz haftu, kwiatowego ornamentu i tkanin inspirowanych tradycją regionów. Centrala Przemysłu Ludowego i Artystycznego (Cepelia) została utworzona w 1949 roku jako państwowe zrzeszenie promujące i chroniące twórczość ludową. Jej celem było wspieranie rzemiosła artystycznego i jego „udomowienie” w nowej epoce powojennej, a także kształtowanie poczucia estetycznego w społeczeństwie. Sztuka ludowa, rękodzielnicza, miała być unikatową alternatywą dla kosmopolitycznej mody zachodniej, budować tożsamość narodową, integrować środowiska miast i wsi, wprowadzać piękno do codzienności obywatela. W latach 60. i 70. XX wieku Cepelia nie ograniczała się do kół gospodyń i skansenów. Współpracowała z profesjonalnymi projektantami mody, grafikami, scenografami i plastykami, by przetwarzać sztukę ludową na nowoczesne formy. Przedsiębiorstwo promowało także wystroje wnętrz, w których nowoczesne meble łączono z ludowymi i artystycznymi detalami: tkaniną, ceramiką czy rzeźbą.

Moda Polska pod kierunkiem Jadwigi Grabowskiej i później Grażyny Hase wprowadzała na wybieg elementy ludowej ornamentyki: hafty kurpiowskie i łowickie jako detale na sukienkach i żakietach, tkaniny z motywami kwiatowymi, pasami i krzyżykami, fasony inspirowane strojami góralskimi czy huculskimi – spódnice z koła, kamizelki, pelerynki, kożuchy. Nie chodziło o kopiowanie, lecz o reinterpretację form, tak by pasowały do miejskiej kobiety PRL-u. Szczególną rolę w popularyzacji stylu „etno” odegrała Barbara Hoff, która w swoich projektach łączyła aktualne trendy światowe z polskimi wzorami ludowymi. Ubrania Hofflandu były dostępne, egalitarne i często czerpiące z polskiego dziedzictwa etnograficznego: wzorzyste tkaniny przypominające pasiaki, haftowane bluzki i sukienki,

„wiejski” klimat stylizacji prezentowany w modowych sesjach zdjęciowych.

Motywy ludowe w projektach modowych miały od lat 50. do 80. XX wieku kilka bardzo ważnych funkcji, nadanych im nieprzypadkowo w epoce PRL-u. Kolorowe, dekoracyjne, przyjemne wizualnie, bliskie „romantycznemu” wyobrażeniu kobiecości i delikatności wzory urozmaicały codzienność tamtej epoki, wpływając na ogólne poczucie estetyki. Moda z duszą ludu pasowała także do narracji o narodowej kulturze, bliskości społecznej, wspólnej tradycji. Ponadto wykorzystywanie naturalnych tkanin, lokalnych wzorów i współpraca z rodzimymi warsztatami rzemieślniczymi były remedium na powojenne czasy niedostatku, reglamentacji lub niedostępności tworzyw, kłopotów logistycznych.

W latach 80. i 90., gdy moda zaczęła się liberalizować, a Polska otwierała się na zachodnie trendy, styl ludowy stracił impet



Wykorzystywanie naturalnych tkanin, lokalnych wzorów i współpraca z warsztatami rzemieślniczymi były re-medium na powojenne czasy niedostatku, reglamentacji lub niedostępności tworzyw, kłopotów logistycznych

Inspirowane folklorem ubiory prezentowane były publiczności podczas pokazów mody. Wspomnieć tu należy zwłaszcza te organizowane w ramach Cepeliad – popularnych w latach 70. i 80. corocznych festynów reklamujących działalność Cepelii, podczas których na specjalnie budowanym wybiegu obok Pałacu Kultury i Nauki odbywały się prezentacje



W

W latach 80. i 90., gdy moda zaczęła się liberalizować, a Polska otwierała się na zachodnie trendy, styl ludowy stracił impet. Stał się synonimem przeszłości, tzw. „cepeliady”, kojarzonej z czymś niemodnym. Jednak w ostatnich latach na naszych oczach etnoestetyka przeżywa odrodzenie. Projektanci, tacy jak Gosia Baczyńska, Maciej Zień, Joanna Klimas, Katarzyna Konieczka, wplatają w swoje kolekcje elementy haftu, ludowe motywy, tkaniny z historią; wolne od oficjalnej ideologii, funkcji propagandowych, jedynie jako świadome nawiązanie do kulturowych korzeni.

Grażyna Hase w Modzie Polskiej wprowadzała na wybieg elementy ludowej ornamentyki, fasony inspirowane strojami góralskimi czy huculskimi – spódnice zkoła, kamizelki, pelerynki, kożuchy



Jedyny taki ranking



**Ekskluzywne rozmowy
z najbogatszymi Polkami**

Dostępny na **www.wprost.pl**
oraz w **salonach mediowych**



Moda W RUC Od studia do miejsk pejzażu

Autorka **DR WERONIKA KOBYLİŃSKA**

Trudne początki

Pod koniec lat 40. i niemal przez całą drugą połowę lat 50. XX wieku rubryka poświęcona modzie w czasopiśmie „Przekrój” wypełniona była inscenizowanymi fotografiami, wykonywanymi w sterylnych, białych przestrzeniach. Materiały te miały jasno określony cel – w przejrzysty, wręcz instruktażowy sposób prezentować najnowsze trendy. W prasie radzono wówczas na przykład, jakie fasony rękawów wiosennych kostiumów najlepiej pasują do określonych typów urody i sylwetki.

Danuta Rago, Fotografia zsesji reklamowej motocykli marki WSK, 1969, skan diapozytywu

HU iego





Wolność kreacji

Stopniowo pod koniec lat 50., a szczególnie w latach 60., rola fotografii mody w polskiej prasie zaczęła ewoluować. Zdjęcie przestało być jedynie ilustracją do prostoliniowych porad – stało się nośnikiem kuszącej, wizualnej obietnicy innego świata. Fotografie zdawały się szeptać, że wystarczy kilka modowych wyborów, by na nowo zdefiniować swój styl bycia.

Fotografia mody uwolniła się od hegemonii samego ubrania i roli suchej dokumentacji. Obraz i strój tworzyły odtąd harmonijny duet – dwa elementy wzajemnie się dopełniające. Coraz większe znaczenie zyskiwał ruch i ekspresja modelek, wieloplanowość oraz złożoność kompozycji. Sesje zaczęto realizować

Harry Weinberg,
Zdjęcia zsesji
modowej Zakładu
Przemysłu
Odzieżowego
MODENA
w Poznaniu, 1969,
skan kolorowego
negatywu

w przestrzeniach publicznych. Liczyło się miejsce, nieoczekiwana sytuacja, a przede wszystkim – wyprowadzenie kobiety ze sterylnego studia. Wybrana sceneria stawała się nośnikiem nowej jakości – estetycznej i narracyjnej. Las, park czy miejski pejzaż nie były tylko tłem: ich kształty i rytmy dialogowały z linią kroju ubrań.

Piękno bez filtra

Rozwiane włosy, zmrużone od słońca oczy. Modelki w ciekawych strojach, ale sfotografowane z dużą dozą naturalności, w świetle dnia. Kobiecość i moda na zdjęciach z lat 50. i 60. autorstwa niedawno

zmarłego Tadeusza Rolkego (1929–2025) bronią się same. Bez lamp błyskowych, rekwizytów, wyszukanych trików czy retuszu. Nadmiar sprzętu mógłby spłyć obraz, odbierając mu prosty urok. Rolke z niechęcią wypowiadał się o ówczesnych zachodnich periodykach, w których dominowały już silnie przetworzone, zmanierowane wizerunki kobiet – „kosmicznie zmanipulowane manekiny” pozbawione autentycznego piękna.

Wielu polskich fotografów i fotografek czasu PRL-u nie dysponowało profesjonalnymi atelier czy rozbudowanym zapleczem oświetleniowym. Braki sprzętowe były jednak katalizatorem pomysłowości – wymuszały twórcze, nieszablone rozwiązania i maksymalne wykorzystanie dostępnych warunków. Zamiast budować skomplikowane układy lamp i modyfikatorów, trzeba było wsłuchać się w naturalny rytm przyrody. „Plan zdjęciowy” wyznaczały pora roku, pogoda i pozycja słońca, które kształtowały układ cieni i stopień kontrastowości obrazu.

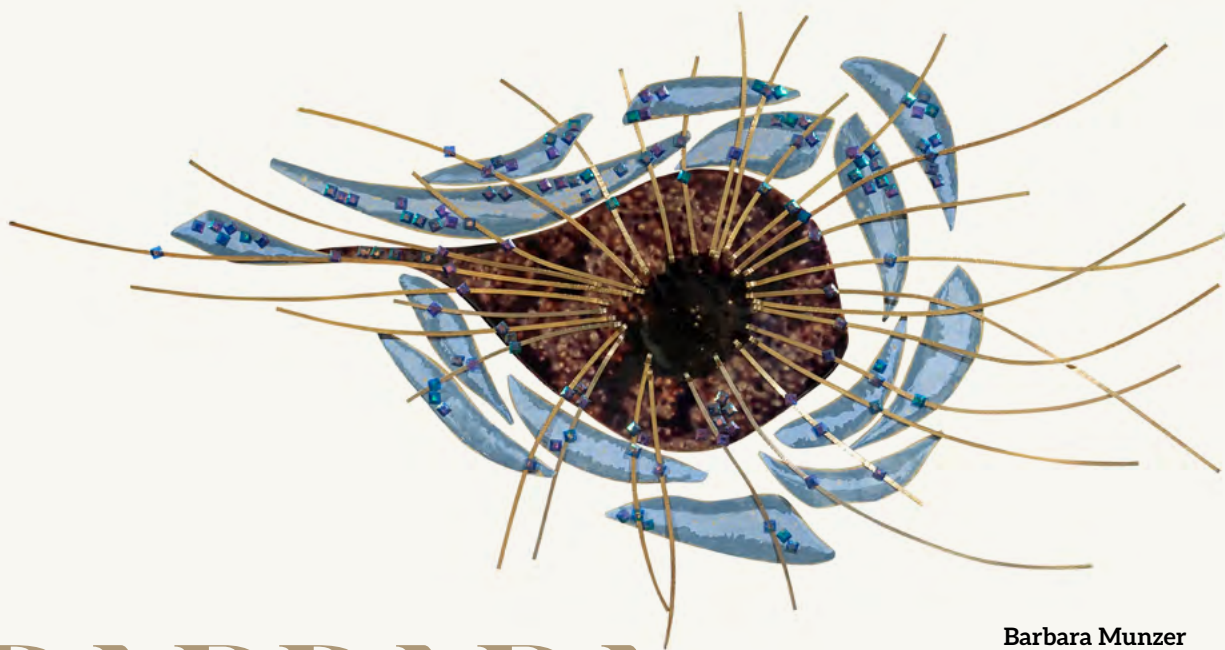
Zaskakujące archiwalia

Różnorodność stylów w polskiej fotografii mody tego czasu można dziś zobaczyć choćby w Wirtualnym Muzeum Fotografii Fundacji Archeologia Fotografii. Od drugiej połowy lat 60. coraz śmielej pojawiał się w niej intensywny, soczysty kolor – nowy, wyrazisty środek kompozycji. Świetnym przykładem jest odważna realizacja Harry’ego Weinberga (1939–2022) z 1969 roku. W sesji dla poznańskiego Zakładu Przemysłu Odzieżowego MODENA fotograf wykorzystał czerwienie i żółcie przemysłowo-fabrycznego otoczenia. Modelki w eleganckich płaszczach i kapeluszach swobodnie przechadzały się po platformach i maszynach budowlanych. Podobny temperament mają zdjęcia Danuty Rago (1934–2000), na których kierowczyniami zwinnych, barwnych motocykli są wyłącznie kobiety.

Kobieta w centrum narracji

Strój, dodatki, pewność siebie – kobieta w latach 60. przestaje być delikatną, filigranową muzą fotografów. Staje się pełnoprawną bohaterką kadru. Jej niezależność i energia kształtują przekaz równie mocno jak sama moda. Od tej pory polska fotografia mody opowiada już nie tylko o ubraniach, lecz także o przemianach społecznych i nowym modelu kobiecości – temacie wciąż aktualnym, choć dziś wyrażanym raczej za pomocą cyfrowych selfie w mediach społecznościowych.





BARBARA MUNZER.

Tkając z metalu złote sny

Barbara Munzer
w cyklu „Kosmos”
zamyka w formie
koła fragmenty
nocnego nieba,
gwiazdozbiory
i świetliste drogi
mleczne. W nowym
milenium kieruje
wzrok ku górze

Autorka **PAMELA SKRZYPCZAK**

Metaloplastyka to ciężka, wymagająca dziedzina, wybierana przez współczesnych artystów niezwykle rzadko. Dlatego postać Barbary Munzer tym bardziej zadziwia. To kobieta, która nie boi się lutować, w pasji tnie i wygina twardą blachę, wybija w niej młotkiem



Zamiast
miękkich
tkanin artystka
wybrała
chłodny
metal, a jej
przędzą stały się
mosiężne druty
i srebrzysta
alpaka

koronkowe repusowania. Jej artystyczna droga, wyznaczona przez studia z projektowania ubioru i biżuterii, od początku miała w sobie pierwiastek buntu. Zamiast miękkich tkanin wybrała chłodny metal, a jej przędzą stały się mosiężne druty i srebrzysta alpaka.



Styl Barbary
Munzer
coraz śmiej
skręca w stronę
art déco
i secesji

Dla Mody
Polskiej i Telimeny
Barbara Munzer
tworzy kolekcje
biżuterii. Wymyśla
metalowe
krawaty i monu-
mentalne kolie





Z przekory do PRL-owskiej szarżyzny

Początek lat 60., środowisko łódzkiej PWSSP. Wszyscy znajomi wokół malują – abstrakcja i unizm Strzemińskiego są w modzie – lecz Barbara Munzer szuka czegoś innego. Z zamiłowania do rysunku i odziedziczonego po babci i mamie talentu do szycia wybiera Wydział Ubioru. Tam trafia do nowej pracowni projektowania biżuterii Leny Kowalewicz, a doświadczenie to staje się kluczowe dla jej dalszej drogi twórczej. W kawałkach blachy dostrzega potencjał dekoracyjny, pozwalający na nieskończone eksperymenty z formą i techniką. Mosiądz w jej rękach staje się złotem, a alpaka – srebrem. Zamiast pereł i diamentów pojawia się szkło, perłopławy, ceramiczne koraliki, a kolorowa emalia i misterny relief repusowania nadają pracom elegancji.

Styl Barbary Munzer coraz śmielej skręca w stronę art déco i secesji. W czasach szarości i niedoboru artystka z pasją wertuje stare albumy, książki i zagraniczne czasopisma, dostępne w akademickiej bibliotece, wchłaniając atmosferę fin de siècle'u – epoki Alfonsa Muchy, obłędnie bogatej ornamentyki i płynnej, zmysłowej linii. Jej wyobraźnię rozpalają płótna Gustava Klimta, dekoracyjne projekty Wiener Werkstätte i René Lalique'a oraz emocjonujące biografie francuskich i wiedeńskich femme fatale z przełomu wieków.

Czasy w Polsce nie są sprzyjające. Ludzie powszechnie cierpią niedostatek, otacza ich siermiężność. Barbara Munzer nieprzerwanie jednak trwa w poszukiwaniach odpowiednich skrawków metalu, by móc przemienić go w drogocenny kruszec i zaoferować odrobinę luksusu. Awangardowa biżuteria artystki prezentowana jest na kiermaszach i w Salonach Plastyków w całym kraju, wzbogając „ubogi rynek”. Popyt jest tak wielki, że podczas

sylwestrowej imprezy w łódzkim SPATiF-ie w 1970 roku ponad połowa gości ma na sobie właśnie jej ozdoby...

Od „Potopu” i Mody Polskiej po wielkie ważki i suknie z metalu

Już w latach 70. Barbara Munzer łączy twórczość z praktyką scenograficzną. Projektuje metalowe rekwizyty do serialu „Czarne chmury”, spektaklu telewizji „Sława i chwała” oraz do filmów: „Pan Wołodyjowski”, „Potop” i „Kopernik” – majestatyczne łańcuchy, zapy, egrety z piórami, brosze, klamry, szlacheckie pierścienie, obsypując aktorów sztucznym złotem i srebrem. Każdy detal dopracowany jest zgodnie z realiami epoki. Następnie artystka nawiązuje współpracę z Jerzym Antkowiakiem i Kry-

styną Depczyńską, tworząc kolekcje biżuterii dla Mody Polskiej i Telimeny. Wymyśla metalowe krawaty, bransolety-mankiety, diademy z jaśkółką, monumentalne kolie, które na wybiegach zmieniają charakter kreacji.

Z czasem biżuteria przestaje wystarczać. Naszyjniki powiększają się, aż stają się samodzielnymi obiektami przestrzennymi. Powstaje cykl Natura – powiększone do niewyobrażalnych rozmiarów ważki, motyle, pająki czy pawie, o ażurowych skrzydłach, delikatnych czułkach czy połyskujących odwłokach. Następnie rodzi się „Teatr postaci”, gdzie artystka tka z metalu złociste suknie dla wielkich heroin i ikon jej ukochoanej belle époque – od Joanny d'Arc po Sarę Bernhardt, od Kleopatry po Alnę Mahler.

W nowym mileniu Barbara Munzer kieruje wzrok ku górze – w cyklu „Kosmos” zamyka w formie koła fragmenty nocnego nieba, gwiazdozbiory i świetliste drogi mleczne.

Potem przychodzi czas na „Taniec kwadratów” – geometryczne, przestrzenne kompozycje inspirowane Mondrianem i Strzemińskim, będące manifestem prostoty po dekadach secesyjnej dekoracyjności.

Od ponad sześćdziesięciu lat Barbara Munzer wciąż udowadnia, że metal może być miękki jak jedwab, a błyszcząca blacha – poezją. Jej dzieła są pomostem między rzemiosłem i sztuką, tradycją i awangardą, a każda praca to zamknięty w metalu złoty sen.



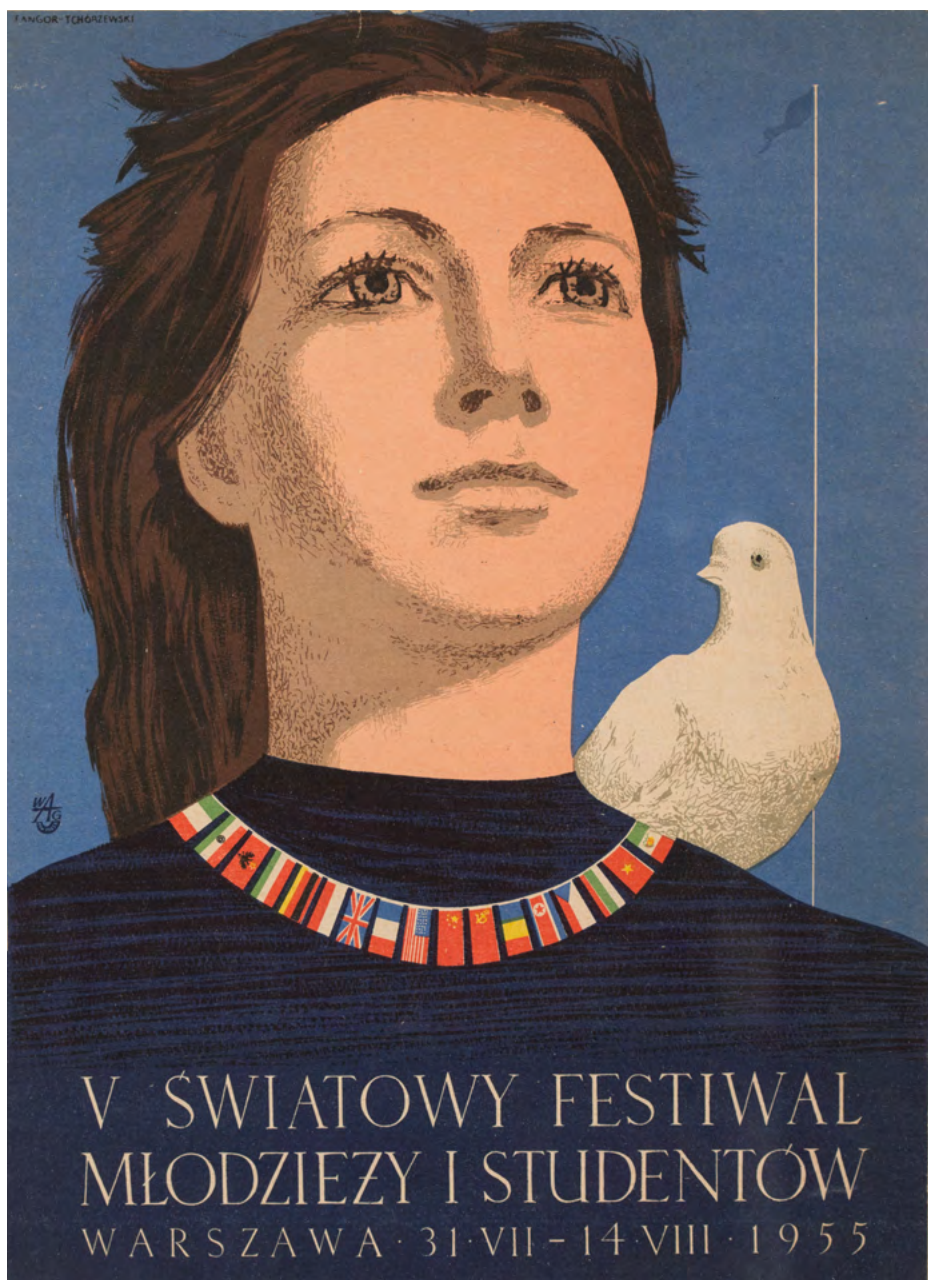
Barbara Munzer w pracowni. Od ponad 60 lat artystka udowadnia, że metal może być miękki jak jedwab, a błyszcząca blacha – poezją

Barbara Munzer
w biżuterii swojego
projektu, lata 70.



Polska Szkoła Plakatu – moda, która trwa

Polska słynie
z Chopina,
żurku, kamizelki
kuloodpornej
i doskonałego plakatu.
Polska Szkoła
Plakatu to nie styl,
to zjawisko – marka
rozpoznawalna od
Tokio po Nowy Jork.
Narodziła się po
II wojnie światowej,
ale pierwszy polski
plakat artystyczny
– Stanisława
Wyspiańskiego –
powstał już w 1899 r.,
reklamował „Wnętrze”
Maeterlincka,
był secesyjny
i przegadany.





Wojciech
Fangor,
„Strzeż
tajemnicy
państwowej”,
1951

Wojciech
Fangor,
„VŚwiatowy
Festiwal
Młodzieży
i Studentów”,
1955

Autorka **DR KAMILA TUSZYŃSKA**
blog Wernisażeria



W międzywojniu nowa, geometryczna linia zapowiadała elementy Polskiej Szkoły Plakatu. Jej pionierami byli Tadeusz Gronowski (autor logo LOT) i Edmund Bartłomiejczyk, profesor warszawskiej ASP, gdzie w 1926 r. stworzył pierwszą w Polsce Pracownię Grafiki Użytkowej i uruchomił kursy projektowania plakatów. Określenie „Polska Szkoła Plakatu” dotyczy fenomenu zapoczątkowanego w latach 50., którego wpływ widać do dziś. Pojawiło się około 1956 r., a wypromował je Lenica publikacją w piśmie „Graphis” (1960). Nigdy nie była jednorodna stylistycznie – każdy artysta miał własny język, Lenica mówił: „plakatowa sztuka jest najbliższa jazzowi: chodzi o to, żeby zagrać czyjś temat na swój sposób”.

W powojennej Polsce poddanej cenzurze plakat stał się azylem wolności artystycznej, a Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Waldemar Świerzy, Roman Cieślewicz i Jan Młodożeniec zrobili z niego dzieło sztuki. Stosowali metaforę, skrót, humor, deformację, malarskość i ręczne li-ternictwo; nie ilustrowali wydarzeń, lecz je komentowali, co wyróżniało polski plakat na tle zachodniej mody na dosłowność.

Międzynarodowa kariera Polskiej Szkoły Plakatu zaczęła się w 1948 r., gdy na Międzynarodowej Wystawie Plakatu w Wiedniu Eryk Lipiński zdobył siedem nagród, Henryk Tomaszewski pięć, a Tadeusz Trepcowski dwie nagrody. W kolejnych dekadach artyści trafiali na wystawy w Nowym Jorku, Tokio, Paryżu, Wenecji, Moskwie, ich prace zostały doceniane, np. Cieślewicz zdobył Grand Prix w Cannes (1974).

W 1966 r. ruszyło pierwsze na świecie Międzynarodowe Biennale Plakatu w Warszawie, a w 1968 r. w Wilanowie otwarto pierwsze światowe Muzeum Plakatu – od tego momentu, gdy mówi się „plakat”, myśli się „Polska”.

Edmund Bartłomiejczyk (1885-1950), „Dział Sztuki na Powszechnej Wystawie Krajowej”, 1929

Wojciech Fangor, „Miłość po południu”, 1959

Rafał Olbiński, „After the Cold War”, 1989

Jan Młodożeniec, „Homer”, 2000

W latach 70. i 80. nadeszła druga fala Polskiej Szkoły Plakatu – Andrzej Pągowski, Rafał Olbiński, Lech Majewski, Wiesław Wałkuski, Piotr Młodożeniec, Ryszard Kaja, Michał Batory – wzbogacona o surrealizm i ostrzejszy komentarz społeczno-polityczny.

Po 1989 r. plakat przeżył kryzys: został „zakrzyczany” przez kiczowate i toporne billboardy. Młodożeniec twierdził: „Plakat nie jest po to, żeby sprzedać produkt. Ma sprzedać ideę”, tymczasem ówczesne realia stawiały na reklamę komercyjną, tragiczną pod względem estetycznym i tekstowym (potwórki w stylu reklamy proszku Persil: „To wie się, co się ma”).

W XXI w. plakat znów jest w formie – czerpie z Polskiej Szkoły Plakatu, ale mówi językiem nowych czasów: cyfrowym, społecznym, proekologicznym. Ryszard Kajzer, Patryk Mogilnicki, Katarzyna Bogucka, Ola Niepsuj, Edgar Bąk czy Dawid Ryski czerpią od poprzedników metaforę, ręczne litery, ironię i nonszalanecję, dodając popkulturę. Współczesny polski plakat ma się świetnie – w kraju przyciąga publiczność na Biennale Plakatu Polskiego w Katowicach i Festiwalu „Plaster” w Toruniu, a za granicą zdobywa uznanie, m.in. w Museum Kyoto Institute of Technology, gdzie po kolekcji japońskich plakatów najliczniejszą są polskie.

Fenomen Polskiej Szkoły Plakatu polega na tym, że jej język, wypracowany dekady temu, wciąż inspiruje współczesnych artystów. Plakat musi krzyczeć, zapadać w pamięć, mieć publiczność – Lenica mawiał, że „na wystawie, czy w galerii plakaty przypominają egzotyczne ptaki przeniesione z dżungli do klatek ogrodu zoologicznego. Są piękne, ale smutne”. Plakat to intelektualne wyzwanie: szarada, rebus, zagadka wizualna. W trzeciej dekadzie XXI wieku w świecie scrollowanym jak TikTok musi działać jak idealna randka: od razu oczarować i nie pozwolić odejść. Jak pisał Leopold Staff, plakat to „rafur bezczelny, stręczyciel kuszący, natręt zaczepny” i polskie współczesne plakaty wciąż potrafią zaczepiać. Tak działa dziedzictwo Polskiej Szkoły Plakatu: dobry plakat nie prosi o uwagę, tylko ją kradnie. ~

Stanisław Wyspiański (1869-1907)

„Odczyt Stanisława Przybyszewskiego połączony z przedstawieniem dramatycznym fantazyi Maurycego Maeterlincka pod tytułem «Wnętrze»”, 1899





Kobiety Sztuka Pasja



ArtAround to galeria sztuki założona przez kobiety z myślą o kobietach, która od początku swojej działalności skupia się na współpracy z artystkami i promowaniu ich twórczości. Pierwsza wystawa galerii „Dziewczynki” miała miejsce 8 marca, w Dniu Kobiet, co stanowiło symboliczny gest podkreślający misję wspierania kobiecej obecności w świecie sztuki.

Autorki **KINGA SZAFRANKOWSKA**
AGNIESZKA JAROSZ

W

Wystawa „Dziewczynki” zgromadziła prace dwunastu artystek, których twórczość silnie związana jest z nurtem feministycznym. Odbędzie się ona na strychu starej kamienicy przy ulicy Emilii Plater w Warszawie, co już samym wyborem lokalizacji podkreślało, że kobiety artystki przez lata nie miały dostępu do głównych ekspozycji czy artystycznych salonów, lecz tworzyły na marginesie, w nieoczywistych, często ukrytych, przestrzeniach.

Koncepcja wystawy oraz jej miejsce były inspirowane książką Virginii Woolf „Własny pokój”, stanowiącą kluczowy punkt odniesienia dla debaty o kobiecej niezależności twórczej. Jedną z prac prezentowanych podczas wystawy była instalacja „Własny pokój” autorstwa Iwony Demko, która nawiązywała do potrzeby posiadania przez kobiety własnej przestrzeni do tworzenia i wyrażania siebie.

W wystawie wzięły udział czołowe polskie artystki: wspomniana już Iwona Demko oraz Agata Zbylut, Pola Dwurnik, Monika Drożdżyńska, Monika Mamzeta, Ida Karkoszka, Ewa Goral, Izabela Chamiczyk, Helena Stiasny oraz Olga Mokrzycka. Każda z nich zaprezentowała prace odnoszące się do tytułu wystawy, ukazując, jak figura dziewczynki i związane z nią stereotypy wciąż funkcjonują w społeczeństwie. Artystki podkreśliły, że infantylicyzacja kobiet nadal jest aktualnym tematem, który wciąż uwiera. Prace przedstawione na wystawie ukazywały zarówno wymiar osobisty, jak i społeczny konsekwencji stereotypów, dając przestrzeń do głębszego namysłu nad rolą, oczekiwaniami i ograniczeniami nakładanymi na kobiety.

Ta pierwsza wystawa była jednocześnie manifestem ArtAround.

ArtAround nie tylko promuje twórczość kobiet, ale również aktywnie wspiera rozwój zawodowy artystek



Koncepcja galerii ArtAround zrodziła się z wieloletnich obserwacji rynku sztuki, podczas których założycielki dostrzegły wyraźnie ograniczoną obecność kobiet – zarówno artystek, jak i ich prac – w przestrzeni galeryjnej oraz instytucjach kultury. Ta refleksja stała się impulsem do stworzenia ekosystemu, które nie tylko promuje twórczość kobiet, ale również aktywnie wspiera ich widoczność i rozwój zawodowy w środowisku artystycznym. Dzięki temu galeria stała się platformą przełamującą tradycyjne schematy i otwierającą nowe możliwości dla polskich artystek.

Łącząc pole sztuki i biznesu, galeria ArtAround stwarza przestrzeń do współpracy o szerszym zasięgu. To podejście przekłada się na realizację projektów łączących twórczość artystyczną z wymiarem biznesowym, co wzmacnia pozycję kobiet w środowisku sztuki i otwiera dla nich nowe ścieżki rozwoju.

Dlatego druga wystawa ArtAround – „Fantom Szczęścia” – odbyła się w czerwcu 2025 r. w prestiżowym budynku Metropolitan w Warszawie, zaprojektowanym przez Normana Foster. Na imponującej powierzchni 600 metrów kwadratowych Galeria ArtAround zaprezentowała prace dziewięciu artystek, obejmujące malarstwo, rzeźbę, instalacje site-specific oraz wideo.

Na pytanie o szczęście – czy jest ono trwałym złudzeniem, dreptaniem w miejscu, czy może autentycznym doświadczeniem; zjawiskiem płynnym, zmiennym i subiektywnym, a może czymś stałym – odpowiedziało dziewięć artystek z Polski i Niemiec: Pola Dwurnik, Joanna Dudek, Ewa Goral, Renata Rara Kamińska, Marlena Kudlicka, Julita Malinowska, Laura Szymonik, Anna Zaradny i Agata Zbylut.

Ich refleksje i artystyczna interpretacja tego pojęcia znalazły wyraz w projekcie „Fantom Szczęścia”.

Dla każdej z nich szczęście okazało się kategorią niejednoznaczną – tytułowy „fantom” sugeruje, że może być ono ulotne, nieuchwytne, a nawet iluzoryczne. Artystki zaprezentowały różnorodne „antidotum”, ukazując szczęście zarówno jako ucieczkę w uzależnienia, jak i eskapizm, tworzenie prywatnych światów czy alternatywnych utopii. Ich prace są próbą zdefiniowania szczęścia w sposób osobisty i subiektywny, pokazując, że to zjawisko wymyka się prostym definicjom i jest stale w ruchu – zmienne, zależne od indywidualnych doświadczeń i emocji. W ten sposób wystawa „Fantom Szczęścia” staje się zaproszeniem do refleksji nad naturą szczęścia i poszukiwaniem jego sensu w świecie współczesnym.

Projekt ten stanowił znakomity przykład synergii sztuki i biznesu – biurowa przestrzeń komercyjna została ożywiona przez współczesną twórczość kobiet, a wystawa pokazała, jak efektywnie można łączyć działania artystyczne z celami partnerów biznesowych, poszerzając dostęp publiczności do sztuki współczesnej.

Pomysł stworzenia galerii pojawił się w wyniku wieloletnich doświadczeń kolekcjonerskich obu założycielek, które przez lata aktywnie uczestniczyły zarówno w życiu artystycznym, a także w środowisku kolekcjonerskim w Polsce, jak i za granicą, czego efektem są ich świadomie budowane prywatne kolekcje sztuki tworzonej przez artystki. Właśnie te doświadczenia pozwoliły



Założycielki ArtAround: Agnieszka Jarosz i Kinga Szafrankowska

Ekspertki na rynku sztuki zaangażowane we wspieranie kultury i sztuki oraz działania edukacyjno-społeczne, łączące pasję kolekcjonerską z wieloletnim doświadczeniem i profesjonalną wiedzą z zakresu art branding i projektów artystycznych. Absolwentki Historii Sztuki na Collegium Civitas. Od wielu lat związane z Towarzystwie Przyjaciół Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie – Kinga Szafrankowska to członkini zarządu, Agnieszka Jarosz to członkini Komisji Rewizyjnej. Agnieszka Jarosz jako prezeska zarządu Fundacji Muzeum Warszawy (w latach 2022-2024) razem z Kingą Szafrankowską, członkinią zarządu, aktywnie wspierają Muzeum Warszawy, łącząc pasję z filantropią i sztukę współczesną w duchu DEI z historycznym kontekstem. Ekspertki od rynków międzynarodowych z doświadczeniem w największych międzynarodowych korporacjach działających na polu szeroko pojętej rozrywki, licencji i branding (Agnieszka Jarosz w The Walt Disney Company, Warner Bros., Bata) oraz międzynarodowej wymianie handlowej i dyplomacji ekonomicznej (Kinga Szafrankowska w ONZ, WTO, Komisji Europejskiej, Ministerstwie Gospodarki oraz Ambasadzie RP w Abu Zabi). Kinga Szafrankowska prowadzi kanał na YouTube Kinga Fortissima o sztuce i podróżach.

ARTAROUND

Galeria sztuki współczesnej reprezentująca polskie artystki. Platforma łączenia pola sztuki i biznesu oraz rozwijania uniwersalnych form partnerstwa i współpracy poprzez angażujące projekty artystyczne. Koncept stworzony przez kolektyw Agnieszkę Jarosz i Kingę Szafrankowską.



Pomysł stworzenia galerii pojawił się w wyniku wieloletnich doświadczeń kolekcjonerskich obu założycielek

im dostrzec potrzebę stworzenia przestrzeni dla promocji kobiet artystek. Ich pasja do kolekcjonowania i zanurzenie w świecie sztuki stały się inspiracją do założenia galerii, która nie tylko prezentuje i sprzedaje dzieła sztuki, ale również buduje sprawczość i widoczność kobiet w branży artystycznej.

Wystawa „Nie łączy nas tylko to, co nas dzieli”, w której udział wzięły Bettina Bereś, Ewa Goral, Dorota Kozieradzka, Katarzyna Sobczuk i Agnieszka Swoboda, odbyła się we wrześniu 2025 r. we wspaniałych przestrzeniach Pałacu Brzozowskich w centrum Warszawy. Projekt został zrealizowany również we współpracy z partnerem biznesowym The Big Hub Warsaw. Nad całością czuwała kuratorka Anna Muszyńska. Ta wystawa poświęcona była problematyce granic, różnic i podziałów. Od początku wystawa charakteryzowała się bogactwem kontrastów – zarówno w doborze artystek, jak i w prezentowanych dziełach. Dzięki temu przestrzeń ekspozycji stała się doskonałym miejscem do dyskusji nad znaczeniem różnic i granic w sztuce i życiu społecznym. Uczestniczki miały okazję przekonać się, że odmienne doświadczenia i perspektywy mogą prowadzić do głębszego zrozumienia i budowania mostów.

Założycielkom galerii zależy też na edukacji i głębokim zrozumieniu znaczenia sztuki w społeczeństwie. Działania podczas wystaw obejmują także spotkania z młodymi odbiorcami sztuki – być może przyszłymi artystkami lub kolekcjonerami. Te działania edukacyjne są niezwykle istotne ponieważ wspierają rozwój nowych pokoleń twórców i uczestników rynku sztuki, poszerzając horyzonty oraz kształtując wrażliwość na sztukę współczesną.



WYSTAWY:

„Dziewczynki”, marzec 2025. Artystki: Izabela Chameczyk, Iwona Demko, Pola Dwurnik, Viola Głowacka, Ewa Goral, Ida Karkoszka, Olga Mokrzycka, Monika Mamzeta, Mariola Przyjemaska, Agata Zbylut.

„Fantom Szczęścia”, czerwiec 2025, Metropolitan, Warszawa. Artystki: Joanna Dudek, Pola Dwurnik, Ewa Goral, Renata Rara Kamińska, Marlena Kudlicka, Julita Malinowska, Anna Zaradny, Agata Zbylut.

„Nie łączy nas tylko to co nas dzieli”, wrzesień 2025, The Big Hub – Pałac Brzozowskich. Artystki: Bettina Bereś, Ewa Goral, Dorota Kozieradzka, Katarzyna Sobczuk, Agnieszka Swoboda.

„Biotic Community”, październik 2025. Artystka Joanna Dudek.

„Narodziny Kolorów”, listopad 2025, pałac w Wilanowie. Artystka Renata Konarska.

Gdzie jest lepiej? „Postaci” Wojciecha Fangora

Autorka **PAULINA ADAMCZYK**



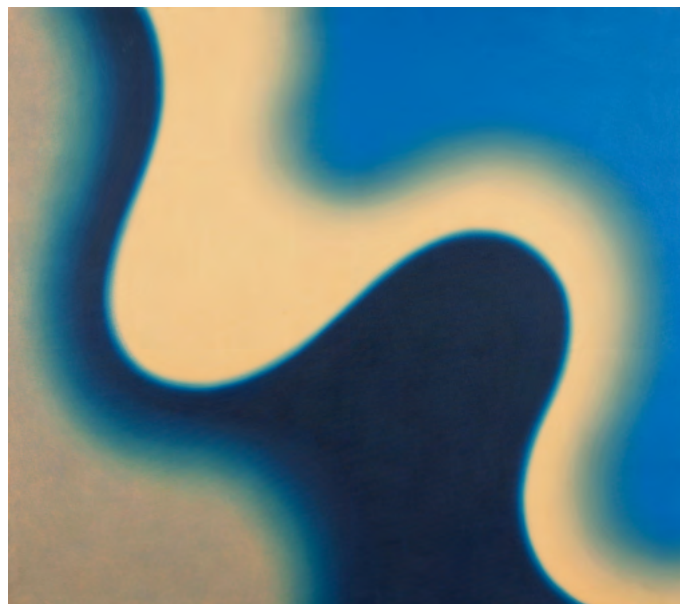
Wojciech Fangor, „B52”, 1965

W

Wojciech Fangor namalował „Postaci” w 1950 roku, rok po wprowadzeniu socrealizmu jako jedynej dopuszczalnej formy twórczości w PRL-u. Po lewej stronie obrazu stoi elegancka kobieta w dopasowanej sukience z anglojęzycznymi napisami: Miami, New York, Wall Street, London, coca-cola. „Amerykanka” ma wypielęgnowane czerwone paznokcie, okulary przeciwsłoneczne, modną torebkę. Kobiety nie można kojarzyć z niczym innym jak z kulturą konsumpcji, imperializmem, Zachodem. Po prawej zaś stronie stoi para robotników – młoda kobieta o androgynicznym, niemal męskim typie urody oraz silny, pewny siebie mężczyzna. Oboje ubrani w robocze kombinezony, z trzonkami narzędzi, skórą ogorzałą od słońca i krótkimi paznokciami. Ich atrybutami nie są zachodnie ubrania ani dodatki, lecz narzędzia pracy. Są zatem wyobrażeniem ideału socjalistycznego pracownika fizycznego. Para kieruje na „antybohaterkę” obrazu potępiające spojrzenia. Wystarczy jedno i nasze spojrzenie, byśmy zrozumieli, że Wojciech Fangor wciąga nas w świat tłumaczony retoryką przeciwieństw: ta i tamta strona, kiedyś i teraz, tam czy tu jest lepiej?

W potrzasku

Tytuł obrazu – „Postaci” – jest neutralny i pozbawiony ideologicznej sugestii. Ta dosłowna zbieżność między tytułem a narracją dzieła budzi pewne podejrzenia, sprzeczność, przesuwając punkt ciężkości z ideologii na ironię. Artysta najpewniej celowo żonglował absurdem i wymaganiami propagandy socrealizmu. Co jest wartością, a co absurdem? Ta i tamta strona, tam czy tu jest lepiej? Fangor zestawia w kompozycji także dwa pejzaże: zrujnowane miasto po lewej, czyli metaforę przeszłości lub destrukcyjnego Zachodu, oraz wznoszony nowoczesny



budynek po prawej. Po lewej widnieją pochmurne niebo i ruiny, po prawej błękit i monumentalna architektura socrealistyczna.

Binarność światów „Postaci” prowokuje do szukania znaczeń i interpretacji istniejących głębiej niż wywyższanie stalinowskiego porządku wartości społecznych. Według Ewy Franus malarz poniósł ideologiczną klęskę, ponieważ jako pole, na którym ma się dokonać socrealistyczna transformacja, wybrał ciało kobiety. I tak to Fangor wpadł w pułapkę, jaką z jednej strony zastawiły na niego tradycyjne kody piktoralnego reprezentowania kobiecości, z drugiej – nowe wzorce socjalistycznego realizmu, które w pojęciach kobiecości i płci natrafiały na swój punkt krytyczny. A ponadto te dwa porządki obrazowania kobiety ustawione obok siebie mogły się tylko zbijać i osłabiać lub, co stało się udziałem obrazu Fangora, skutecznie dekonstruować. Wojciech Fangor znalazł się innymi słowy w potrzasku kobiecości (za: Ewa Franus, „Narzeczona Frankensteina”, „Magazyn Sztuki” 1996, nr 10, s. 236).

Wyjście z labiryntu

Fangor, choć działający w konwencji socrealizmu, czerpał wiele z klasycyzmu i romantyzmu. W zderzeniu z doktryną socrealizmu wypracował własną formułę zaangażowanego malarstwa. O pełni satysfakcji twórczej nie mogło być jednak mowy. Artysta odnalazł azyl w sztuce użytkowej i plakacie. „Postaci” pozostały w jego sztuce istotnym punktem wyjścia do późniejszych eksperymentów z przestrzenią i percepcją.

W drugiej połowie lat pięćdziesiątych Wojciech Fangor rozpoczął swoje eksperymenty z przestrzenią, co zaowocowało pracą „Kompozycja przestrzenna” stworzoną wraz z Oskarem Hansenem i Stanisławem Zamecznikiem, zaprezentowaną na II Wystawie Sztuki Nowoczesnej w 1957 roku. Rok później w warszawskim Salonie Nowej Kultury przedstawił „Studium przestrzeni” – zrealizowaną wraz z Zamecznikiem pierwszą polską instalację typu environment. To właśnie jego awangardowe eksperymenty ze światłem i optyką zainteresowały amerykański świat sztuki i umieściły jego twórczość w kręgu optical art. ~

**Wojciech
Fangor, „M41”,
1973**



Wojciech Fangor, „Black 2”, 1958 – fragment instalacji „Studium przestrzeni”



W świecie medycyny, gdzie rządzą funkcjonalność, higiena i ściśle określone zasady ubioru, moda często wydaje się tematem z innego wymiaru. A jednak coraz więcej kobiet w zawodach medycznych próbuje przemycić do swojej codzienności odrobinę stylu – subtelnie, z klasą, nie rezygnując ze swojej zawodowej powagi. Jedną z nich jest dr n. med. **Żanna Pastuszek-Ściepień**, neurolog oraz współzałożycielka warszawskiego Insula Centrum Badań Klinicznych, która udowadnia, że medycyna i moda mogą iść ramię w ramię.

Jak lekarka łączy modę z medycyną



Autorka **ANNA PISAREK**

Chociaż dr Pastuszek-Stępień z pasją opowiada o swojej pracy, nie ukrywa jednego zawodowego mankamentu: obowiązkowych scrubsów. „Jako lekarka ubolewałam nad tym, że do pracy trzeba założyć strój służbowy. Mimo iż uwielbiam swoją pracę, to uważam to za minus” – przyznaje. I trudno jej się dziwić: scrubs to kwintesencja praktyczności, ale rzadko kiedy zachwyca formą.

Medyczny dress code z modową nutą

Z biegiem czasu udało jej się jednak znaleźć sposób, by nie rezygnować z modowej ekspresji. W pracy klinicznej pozostaje wierna zasadom higieny i uniformom, ale... z subtelными akcentami. Wybiera starannie skrojone scrubsy, dobrej jakości tkaniny i stawia na stonowane, eleganckie kolory. Czasem sięga po delikatną biżuterię, minimalistyczny zegarek lub dopracowaną fryzurę – detale, które pomagają utrzymać poczucie stylu w wymagającym środowisku.

Prawdziwy modowy oddech przychodzi jednak wraz z pracą w Polskiej Akademii Nauk, gdzie dress code jest przyjaźniejszy modzie. Tu pojawiają się już pełne stylizacje: marynarki, płaszcze, wyraziste dodatki. To przestrzeń, w której jej modowa osobowość może rozkwitnąć.

Miłość do włoskiej mody – szczególnie jesienią i zimą

Największą inspiracją Żanny Pastuszek-Stępień pozostaje moda włoska, zwłaszcza w sezonie jesienno-zimowym. To właśnie wtedy, jak sama podkreśla, można ubrać się najpiękniej. Włoska

elegancja to według niej idealne połączenie jakości i stylu – wyselekcjonowane tkaniny, perfekcyjne kroje i wyjątkowy stosunek jakości do ceny.

Zachwycają ją jesienne i zimowe elementy garderoby:

- ~ szlachetne wełniane płaszcze,
- ~ miękkie, otulające futra,
- ~ klasyczne marynarki o męskim kroju,
- ~ stylowe berety i kapelusze.

To sezon, w którym ubranie staje się nie tylko ochroną przed chłodem, lecz przede wszystkim narzędziem wyrażania siebie – z nutą włoskiej nonszalancji i elegancji.

Moda jako przestrzeń dla indywidualności

Styl dr Pastuszek-Stępień to dowód na to, że nawet w zawodach z restrykcyjnym dress codem można zachować indywidualny wyraz. Jej podejście inspirowane jest: nie trzeba rezygnować z pasji, by być profesjonalną. Wystarczy odnaleźć równowagę – dbać o estetykę tam, gdzie to możliwe, i czerpać satysfakcję z tych momentów, w których moda może promieniować pełnym blaskiem.

Łącząc medycynę z miłością do włoskiego stylu, pokazuje, że elegancja to nie tylko kwestia ubrań – to sposób bycia, który można nosić zarówno pod płaszczem z mediolańskiego butiku, jak i pod obowiązkowym scrubsem. „A najbardziej kocham wieczorowe stylizacje, które zakładam na galę. Wtedy czuję, jak wspaniale być kobietą” ~

Żanna Pastuszek-Stępień:
„Najbardziej kocham wieczorowe stylizacje, które zakładam na galę. Wtedy czuję, jak wspaniale być kobietą”

LOYD – herbata, która zaczyna się od historii

W świecie, w którym smak staje się nową formą luksusu, herbaty LOYD wyróżniają się jak dzieła sztuki użytkowej – dopracowane w detalu, zakorzenione w tradycji i tworzone w duchu odpowiedzialności. To marka rodzinnej firmy z Ustronia – Mokate, która z herbat uczyniła jeden z filarów swojego rozwoju, traktując je nie jak produkt, lecz jak część codziennego rytuału.

Autor **WITOLD BARŁÓG**

j

Jedną z osób, które stoją za tym podejściem, jest Sylwia Mokrysz – prokurent Mokate SA, doktor nauk społecznych i twórczyni działu herbaty w firmie. Po przejęciu herbacianej spółki Consumer to właśnie ona dostała zadanie zbudowania całego segmentu od podstaw. Zamiast działać intuicyjnie, postanowiła zaczerpnąć wiedzę u źródła. Wyjechała do Londynu na szkolenie w legendarnym domu herbaty Thompson Lloyd & Ewart, działającym nieprzerwanie od XVIII wieku.

Tam spotkała ludzi, którzy o herbacie wiedzieli wszystko: brokerów, kupców i kiperów traktujących liście niczym wino – z własnym terroir, historią i charakterem. Ich pasja szybko stała się jej pasją. Londyn pokazał jej, że herbata to świat o ogromnej głębi, a nie kategoria, którą wystarczy dołożyć do portfolio. Wróciła z przekonaniem, że



Sylwia Mokrysz



na plantacje w Kericho w Kenii, jednym z najważniejszych regionów herbacianych świata. To wymagający krajobraz: wyschnięte koryta rzek, popękana ziemia i kręte, kamieniste drogi, które potrafią zatrzymać nawet doświadczonych kierowców. Do wielu plantacji dociera się tylko terenowym samochodem – trudną trasą, która prowadzi właśnie tam, gdzie zaczyna się smak.

Na jednej z plantacji obserwowała tradycyjny ręczny zbiór „two leaves and a bud” – dwóch najdelikatniejszych listków i pąka. Sama weszła między krzewy, by spróbować swoich sił i nauczyć się zrywać młode pędy tak, jak robią to doświadczeni zbieracze. Ci, w ochronnych fartuchach i z bambusowymi koszami, schodzą potem z pełnym zbiorem do wagi, skąd liście trafiają prosto do suszarni. Ręczna selekcja – choć coraz częściej wspierana przez maszyny – nadal decyduje o szlachetności najlepszych herbat.

Z Kenii przywiozła obrazy, które zostają na długo: wschód słońca nad równymi rzędami krzewów, czerwony pył unoszący się nad drogami, kolonialny domek z moskitierami i stare numery „National Geographic” z lat 70. Największe wrażenie zrobiła jednak księga gości plantacji – pełna podpisów mistrzów herbaty sprzed wielu dekad, małych historii wpisanych między kartki. W branży krąży opowieść, że David Henderson, legenda londyńskiego domu Thompson Lloyd & Ewart, wpisał się do niej jednej kenijskiej księgi gości... To piękne symbole ciągłości: świata herbaty tworzonego od pokoleń przez ludzi, którzy kochają ten napój.

Filozofia uważności

Sylwia Mokrysz mówi o herbacie tak jak o życiu – spokojnie, uważnie, z czułością dla detalu. W jej historii zamiast brutalnych biznesowych podbojów są ludzie, emocje i codzienne rytuały. Ta filozofia przekłada się na sposób budowania marki LOYD: eleganckiej, nastrojowej, ale opartej na prostych, bardzo ludzkich zasadach. I tak londyński dom herbaty Thompson Lloyd & Ewart, plantacje w Kenii i rodzinna firma z Beskidów spotykają się w jednym, pozornie prostym geście: chwili, gdy sięgamy po filiżankę herbaty.



w Mokate musi powstać miejsce, w którym herbata będzie traktowana z podobnym szacunkiem jak tam – i zaczęła budować zespół, który myślał o herbacie właśnie w ten sposób.

Podróż do Kenii – tam, gdzie rodzi się smak

Aby naprawdę zrozumieć herbatę, trzeba zobaczyć, jak rośnie. Dlatego Sylwia Mokrysz wyruszyła „do źródła” – między innymi

OP-ART Fashion

Autorka MARTYNA MALISZEWSKA-MAŃK

W

w modzie ponownie dominuje fascynacja op-artem, a najnowsza kolekcja Bucle doskonale wpisuje się w ten trend, nawiązując do twórczości Victora Vasarely'ego oraz projektów Pierre'a Cardina i Paco Rabanne z lat 60. Geometryczne, pulsujące wzory inspirowane op-artem ożywiają współczesne sylwetki, szczególnie wąskie sukienki o prostym kroju, które dzięki psychodelicznym printom zyskują charakter rodem z lat 60. i 70.

Trend ten dopełniają wyraziste dodatki — futrzane szale powracają jako akcent luksusu, a tweed zestawiany ze sztucznymi perłami przypomina o ponadczasowej estetyce lansowanej przez Coco Chanel. W kolekcji widoczny jest również wpływ aktualnych propozycji światowych domów mody: oversize'owy płaszcz z wysoką stójką w intensywnym pomarańczu, zgodny z najnowszą linią Yves'a Saint Laurenta, nadaje całości zdecydowania.

Kolekcja Bucle staje się dzięki temu hybrydą elegancji i odważnego printowego szaleństwa, która prowadzi nas przez ikonografię kultowych lat PRL-u, jednocześnie reinterpretując ją w świeży, nowoczesny sposób.



Modna IWONA

Autorka **MARTYNA MALISZEWSKA-MAŃK**



W

W najnowszej kolekcji Sandra Skórka udowadnia, że inspiracja może przyjść z najbardziej nieoczywistego miejsca – choćby z porcelanowego serwisu obiadowego Iwona z Chodzieży. Projektantka wydobywa z jego delikatnych zdobień i klasycznej formy coś świeżego, modowego i mocno współczesnego. Przenosi finezję porcelany na konstrukcje ubrań, proponując oversizowe marynarki, których miękko poprowadzone linie przywodzą na myśl łagodne krawędzie filizanek.

Kontrastem dla strukturalnych fasonów stają się transparentne tkaniny, symbol lekkości i ulotności – dokładnie tej, którą kojarzymy z popołudniowym five o'clock. Dzięki nim sylwetka

zyskuje nowoczesną dynamikę, a klasyka serwisu Iwona zostaje odczytana na nowo, w duchu współczesnej elegancji.

Całość dopełnia najmocniejszy dodatek sezonu: pillow bag, model promowany na światowych wybiegach m.in. przez Fendię i Bottegę Venetę. U Sandry trójwymiarowe kwiaty umieszczone na torebce nawiązują do motywów z serwisu Iwona, tworząc spójną, subtelnie nostalgiczną, a jednocześnie nieoczywistą modową opowieść. „Modna Iwona” pokazuje, że projektowanie inspirowane tradycją może być jednocześnie świeże, odważne i wyjątkowo nowoczesne. ~

INDUSTRIALNA ESTETYKA

Autorka **MARTYNA
MALISZEWSKA-MAŃK**

S

Sezon jesień-zima 2025/26 przynosi wyraźny zwrot ku modzie rzeźbiarskiej, industrialnej i opierającej się na kontrastach. Najsilniejszym kierunkiem są rzeźbiarskie konstrukcje – gorsety, pancerze i formy 3D inspirowane estetyką Loewe, Schiaparelli czy Ricka Owensa. Projektanci stawiają na elementy budujące wokół sylwetki architekturę, często o organicznym lub mechanicznym charakterze.

Równolegle powraca industrial glam. Ciemne metale, ornamenty maszynowe, faktury przypominające konstrukcje fabryczne i stalowe bramy tworzą estetykę twardą, lecz wyrafinowaną. Ten trend wzmacniają odniesienia do historii miast przemysłowych oraz refleksje nad ich transformacją – także tą z czasów PRL, gdy industrialny krajobraz zyskiwał nowe, powojenne znaczenia.



Trzecim ważnym nurtem jest luksusowy komfort i oversized tailoring. Miękkie, szerokie spodnie oraz obszerne formy dominują na wybiegach, odpowiadając na potrzebę swobody i jednoczesnego podkreślenia obecności sylwetki. To rozwinięcie trendu „quiet volume”, widocznego u Balenciagi czy The Row.

AW25/26 to również sezon kontrastów struktur: połączenie rzeźbiarskich, twardych elementów z miękką dzianiną tworzy nową harmonię w duchu „dual silhouettes”. Ten dialog siły i płynności można zaobserwować zarówno w kolekcjach wielkich domów mody, jak i w projektach młodych twórców reinterpretujących industrialne dziedzictwo w nowoczesnym ujęciu.



Wystawy warte zobaczenia

Proponuje **ELŻBIETA GRENDECKA**



**20 lutego –
10 marca 2026**

Wystawa przedaukcyjna w Domu Aukcyjnym Polswiss Art

10 marca 2026

Wiosenna Aukcja Dzieł Sztuki w Domu Aukcyjnym Polswiss Art

**13 grudnia –
7 stycznia 2026**

Zofia Weiss Gallery w Krakowie – wystawa „12 Bram Nowego Świata” – wystawa współczesnych ikon Małgorzaty Dawidiuk prezentuje prace w wyjątkowym dla artystki dużym formacie oraz ich transkrypcje na medium rzeźbiarskie.

18 grudnia 2025

Dom Aukcyjny Desa Unicum w Warszawie – aukcja: „Sztuka fantastyczna. Surrealizm i Realizm magiczny”. Zaprezentowane zostaną dzieła łączące mistrzostwo warsztatu z bogactwem wyobraźni. Znajdziemy na niej prace m.in. R. Olbińskiego, J. Yerki, Z. Beksińskiego, F. Starowieyskiego czy S. Dalego. Łącznie wystawionych zostanie 81 obiektów. Aukcja będzie poprzedzona wystawą.

19 grudnia 2025

Galeria Labirynt w Lublinie – wernisaż wystawy „Viscera. Ariel Michalak”. Wystawa dostępna będzie do 18 stycznia 2026.

Do 9 stycznia 2026

Galeria Arttrakt we Wrocławiu – wystawa „Artur Przebindowski. Ćwiczenia z widzenia”.

10 stycznia 2026

Dom Aukcyjny Art Magnat z Warszawy – aukcja „Biżuteria i wyroby użytkowe wytwórni jubilerskich PRL”. Pozycje na aukcję przyjmowane są do 9 stycznia 2026.

Do 25 stycznia 2026

Muzeum Śląskie w Katowicach – wystawa czasowa „Etnoalternatywa. Nowe spojrzenie na modę ludową”. Wystawa pokazuje, że strój śląski jest nie tylko oryginalny i piękny, ale ma ogromny potencjał, by być niegasnącym źródłem inspiracji.

Wśród prac VI edycji Kobięcej Strony Sztuki wybrzmiewa malarstwo figuratywne, poruszające temat doświadczenia, emocji i relacji



POLSWISSART
DOM AUKCYJNY



APTEKA SZTUKI



Pierwsza odsłona VI edycji Kobiecej Strony Sztuki poświęcona jest malarstwu, rzeźbie i tkaninie

Kobieca Strona Sztuki wzmacnia głos artystek, buduje przestrzeń dialogu i otwartości, zachęca do uważniejszego, pełnego empatii patrzenia na świat.

Do 26 stycznia 2026

Cliche Gallery w Krakowie - wystawa „Back in black”. Grupowa wystawa sztuki i designu.

28 stycznia - 5 kwietnia 2026

Galeria Bunkier Sztuki w Krakowie - wystawa „Łukasz Stokłosa. Fałszywe widoki”.

Do 31 stycznia 2026

Muzeum Villa Le Fleur w Konstancinie-Jeziornie - wystawa „Biegas. Światy nie-równoległe”. To ekspozycja podejmująca próbę ukazania Biegasa i jego sztuki na tle epoki w powiązaniu z lękami i fantazjami tych czasów, tendencjami i podstawami twórczymi, a także znaczącymi postaciami życia intelektualnego i artystycznego.

Styczeń/luty 2026 roku

Wystawa malarstwa prof. Andrzeja Rysińskiego w Galerii Apteka Sztuki w Warszawie.

Do 1 marca 2026

VI edycja Kobiecej Strony Sztuki, Defabryka w Warszawie. Wśród prac wybrzmiewa malarstwo figuratywne, poruszające temat doświadczenia, emocji i relacji. Można jednak zobaczyć wysokiej jakości tkaninę artystyczną, rzeźby, małe formy ceramiczne i fotografię. Ze względu na skalę i poziom zgłoszeń wystawa została podzielona na dwie odsłony: pierwsza - z malarstwem, rzeźbą i tkaniną - trwa od 9 grudnia 2025 r. do 1 marca 2026 r., druga - poświęcona fotografii i ceramice - odbędzie się latem 2026 r.

Do czerwca 2026

Muzeum Narodowe w Krakowie, MNK Szołayscy - wystawa czasowa „Moda Polska”. Działające w latach 1958-1998 Przedsiębiorstwo Państwowe Moda Polska dla wielu mieszkańców PRL-u było synonimem szyku i elegancji. Choć co do zasady państwa komunistycznego instytucja produkująca dobra luksusowe



nie miała racji bytu, a jednak ten projekt się udał. Pod kierownictwem artystycznym Jadwigi Grabowskiej uformował się zespół świetnych młodych projektantów, wśród których najbardziej znanymi byli: J. Antkowiak, M. Ignar, K. Paroll czy I. Biegańska. Wystawa jest pierwszą odsłoną bogatej kolekcji Mody Polskiej, stworzonej w ciągu ostatnich kilkunastu lat. Kuratorką wystawy jest Joanna Kowalska.

Marzec 2026 roku

wystawa malarstwa Małgorzaty Sęk w Galerii Apteka Sztuki w Warszawie.

MOD

arte

NOWY NUMER
WKRÓTCE



SAMSUNG

Sztuka obrazu

Z telewizorem The Frame każde wnętrze
zmienisz w domową galerię sztuki.



*Aby uzyskać dostęp do pełnej oferty, wymagana jest płatna subskrypcja Art Store.
**Dzieła sztuki w Art Store mogą ulec zmianie bez wcześniejszego powiadomienia.

